

Kauppatavarana rakkaus

Anni Polva -brändin rakentuminen 1940–60-luvulla

Tarja Vikström

Akateeminen väitöskirja, joka Helsingin yliopiston humanistisen tiedekunnan suostumuksella esitetään julkisesti tarkastettavaksi luentosalissa 6, yliopiston päärakennus, perjantaina 15. helmikuuta 2019 klo 12.

Otsikko: Kauppatavarana rakkaus : Anni Polva -brändin rakentuminen 1940–60-luvulla

Tekijä: Tarja Vikström

Helsingin yliopisto, humanistinen tiedekunta, historian ja kulttuuriperinnön tohtoriohjelma

Ohjaaja: professori Maria Lähteenmäki, Itä-Suomen yliopisto

Esitarkastajat: professori Susanna Fellman, Göteborgs universitet, ja yliopistonlehtori Maarit

Leskelä-Kärki, Turun yliopisto

Vastaväittäjä: professori Jari Ojala, Jyväskylän yliopisto

ISBN 978-951-51-4779-0 (nid.)

ISBN 978-951-51-4780-6 (PDF)

Paino: Unigrafia, Helsinki 2019

Kannen kuva: Helsingin kaupunginmuseo. Simo Rista, valokuvaaja. *Fleminginkadun, Agricolankadun ja Agricolankujan välinen kortteli*. 1970. Kuvaa käsitelty kantta varten.
[4.0 Kansainvälinen \(CC BY 4.0\)](#)

Kannen suunnittelu: Antti Kytönen

Tiivistelmä

Tutkimus käsittelee Anni Polvan 1940-luvun lopulta 1970-luvun taitteeseen julkaisemia viihdekirjoja. Tutkimuksessa väitetään, että kirjailijanimestä Anni Polva muodostui viimeistään 1970-luvun taitteeseen mennessä brändi, jota kirjailija itse toiminnallaan systemaattisesti rakensi. Tutkimuksessa analysoidaan Anni Polva -brändin rakentumista ja tarkastellaan sitä viihdekirjojen tuotantoprosessin, markkinoinnin, teosten, lukijoiden sekä brändin kohtaamaan kritiikin näkökulmista.

Tutkimuksessa käsitellään brändi suhteena ja vuorovaikutuksena, joka rakentuu sen eri sidosryhmien arvojen, ennakko-odotusten ja mielikuvien varaan. Teoreettisen viitekehyksen luovat pohdinta brändin käsitteestä, kulttuurisista arvoarvostelmista ja kulttuuriseen brändinrakentamiseen liittyvästä markkinoiden problematiikasta. Brändin toimintaympäristön ja kritiikin analyysissä käytetään Pierre Bourdieun kenttäteoriaa.

Tutkimusmenetelmänä on tekstimateriaalien lähiluku. Tutkimuksessa analysoidaan Anni Polvan kirjoitusprosessia sekä teosten tuotantoa kustantajan ja kirjailijan välisen kirjeenvaihdon sekä kirjailijan itsensä jättämän arkistomateriaalin avulla. Teosten ja teoksista käydyn julkisen keskustelun analyysi tuottaa näkemyksen Polva-kirjoista lukijoidensa arjen vastakohtana. Kirjojen tarinat tarjosivat lukijoilleen tarttumapinnan useille tutuilla arjen kommelluksilla ja samalla ne rakensivat myyttistä romanttista maailmaa, jossa päämäärätietoinen sankaritar on tarinoiden toimija, miehenmetsästäjä ja uupumaton arjessa pärjääjä.

Polvan rakentama maailma toistui samankaltaisena joka vuosi julkaistuissa kirjoissa romantiikan pelisääntöjä noudattaen. Kirjailija rakensi teoksillaan ja julkisilla kommenteillaan systemaattisesti asiakaslupausta hetken lepotauosta keskelle arjen raadantaa. Tähän lupaukseen kohdistui viimeistään 1950-luvulta alkaen kritiikkiä, joka huipentui pyrkimykseen kieltää teokset yleisistä kirjastoista 1960-luvulla. Brändiin kohdistuneessa kritiikissä oli kyse pelosta viihteen passivoivuutta ja kirjallisuuden kentällä toimivaa kaupallista tuotetta kohtaan. Anni Polva rakensi brändiään kaupallisista lähtökohdista hyvää menekkiä tavoitellen. Viihdekirjojen kirjoittamisen oli hänelle pikemminkin työ kuin kutsumus. Teosten tuoma tulo oli tärkeä motivaatio kirjoittamiselle ja peruste brändin tasalaatuisuudesta huolehtimiselle. Kuitenkin Anni Polvan kirjoitukset ja hänen myöhemmin äänitetyt kirjailijahaastattelunsa välittävät viestiä aidosta halusta palvella ja ilostuttaa lukijakuntaansa, kritiikistä välittämättä.

Kiitokset

Työn ohessa opiskelu on vaikeaa tai jopa mahdotonta ilman oivallista ohjaajaa, inspiroivia kollegoita ja kannustusjoukkoja. Lämpimät kiitokset kaikille teille, jotka olette tukeneet minua tämän väitöskirjan kirjoittamisessa.

Suurin kiitos kuuluu professori Maria Lähteenmäelle, ohjaajalle, jonka kriittiset huomiot ja viisaat neuvot ovat olleet kullannarvoisia, ja joka on tutkimuksen teon haastavissakin käännekohdissa aina jaksanut kannustaa. Kiitos myös hyvistä kommentteista ja yleisestä tsemppaamisesta ihanat seminaari- ja tutkijakollegani Oona Ilmolahti, Saila Linnahalmes, Sinikka Selin, Leeni van Tulder ja Meri Arni-Kauttu.

Kiitän väitöskirjan esitarkastajia, professori Susanna Fellmania ja dosentti, yliopistonlehtori Maarit Leskelä-Kärkeä lausunnoista, joista sain lukuisia tärkeitä kehittämis ehdotuksia tutkimuksen viimeistelyyn.

Kiitän Anneli Seppälää jakamistaan arvokkaista näkemyksistä Polvan kustannustoimittajana ja Karisto Oy:n Tiina Laaksosta saamistani tiedoista ja selvityksistä. Kiitokset ystävällisestä asiakaspalvelusta Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran kirjallisuusarkistossa sekä Kansallisarkiston Hämeenlinnan yksikössä ja avusta lähteitä etsiessäni. Sydämellinen kiitos myös Anni Polvan perikunnalle ja sen edustajalle Kati Iivarille luvasta käyttää kuvamateriaalia työssäni. Kiitän kollegoitani Markkinointi-instituutissa ja tutkimuksen tekemisen vuosina esinaisina toimineita Päivi Vuorimaata, Liisa Lyyraa ja Päivi Sinkkosta joustavuudesta. Erityinen kiitos markkinoinnin ja viestinnän valmennusten ammattilaisille Mervi Karvolle, Minna Ristimäelle ja Eliisa Seppäselle, joiden myötävaikutuksella olen päässyt oppimaan nykypäivän näkökulmaa tähän tutkimukseen liittyvissä teemoissa. Kiitokset Mervi Rauhalalle työkaveruudesta brändien ja yritystarinoiden maailmassa ja Anneli Kansaselle kaikista hyvistä keskusteluista.

Tutkimukseen liittyi myös paljon teknisiä asioita, joihin sain apua osaavalta perheeltäni. Kiitokset Tatulle materiaalien valokuvaamisesta, Tiinalle lähdeviitteiden tarkistamisesta ja Antille kannen suunnittelusta. Meeriä ja äitiä kiitän yleisestä kirjallisuuden ja kirjoittamisen arvostamisesta. On onni omata perhe, jolle tarinat ja kirjat ovat aina olleet arvossaan.

Viimeisenä ja tärkeimpänä kiitokset puolisololleni Samille, joka on jaksanut kuunnella loppumattomat pohdintani, hieroa tietokoneella jumittuneita hartioita ja tsemppata projektin pariin silloin kun motivaatio on ollut hukassa.

Helsingissä, 13. tammikuuta 2019

Sisällysluettelo

Johdanto.....	1
Tutkimusaihe, tehtävä ja teoreettinen viitekehys	2
Lähteet ja käytetyt menetelmät	11
Aiempi tutkimus	19
Brändi tutkimuksen työkaluna	22
Romanttinen viihdekirjallisuus tutkimuskohteena.....	34
1 Markkinointiajattelu 1900-luvulla	50
1.1 Kansainväliset vaikutteet ja kotimaiset vaikuttajat.....	52
1.2 Mainonnan kritiikki ja propagandan puolustajat	55
1.3 Kohti 1970-lukua ja kuluttajien aikaa.....	66
2 Kirjallisuuden markkinoinnin ja myynnin keinot.....	73
2.1 Näkemyksiä kirjallisuuden markkinoinnista.....	73
2.2 Kirjallisuuden ansaintalogiikka	76
2.3 Polva-kirjojen ulkoasu	82
2.4 Myyntityö myymälöissä	90
2.5 Mainoslehdet.....	96
2.6 Kirjailija teostensa markkinoijana	99
2.7 Monipuolistuvat julkaisumuodot ja myyntikanavat.....	101
2.8 Kirja-alan sääntely ja sen purkaminen	106
3 Kirjailija ja brändinrakentaja.....	110
3.1 Koululaisesta perheenäidiksi – tarinoiden vuodet 1920-luvulta 1940-luvulle.....	110
3.2 Anni Polvianderista Anni Polvaksi, maine syntyy ja vakiintuu.....	121
3.3 "Kuin rivien päältä kirjoittaisi höyhenellä" – Polva-kirjojen syntyprosessi	129
3.4 Kirjoittaminen työnä ja suhde kustantajaan.....	135
3.5 Polvan kirjailijarooli	142
4 Lukijan ääriiviivat, oletettu asiakas	149
4.1 Lukemisharrastus Suomessa 1950-luvulta 1970-luvulle	150
4.2 Polva-kirjojen lukijoiden ikä ja sukupuoli.....	154
4.3 Lukijoiden yhteiskunnallinen asema.....	158

5	Naisten myyttimarkkinat, teosten sisältöanalyysi	167
5.1	Kulttuurinen brändi ja populistiset tarinat	168
5.2	Maaseudulta kaupunkiin ja takaisin.....	172
5.3	Kotirouva keskiluokan ihanteena.....	178
5.4	Tie miehen sydämeen	184
5.5	Nainen ratissa.....	186
5.6	Ihannenaiset ja miehet	189
5.7	Romaanihenkilöiden tukahdetut tunteet	197
5.8	Polva-kirjojen mahdolliset myyttimarkkinat	201
6	Anni Polva -brändin toimintaympäristö ja teosten vastustus.....	203
6.1	Viettelevä ajanviete.....	203
6.2	Toisten sota – kulttuurisen kentän ulkopuolella	211
6.3	Polva-kirjojen kirjastokielto 1960-luvun puolivälissä	217
6.4	Hetki parrasvaloissa 1960-luvun viimeisinä vuosina.....	239
6.5	Unelmien pelikentällä – 1970-luvun taitteen kritiikki ja brändin puolustus.....	243
	Anni Polva -brändi suomalaisilla kirjamarkkinoilla 1940–1960-luvulla.....	256
	Kirja tuotteena ja symbolina – Anni Polva -brändin identiteetti	256
	Kulttuurisen kentän reunalla – Anni Polva -brändin imago	261
	Lähteet ja kirjallisuus	263
	Arkistolähteet.....	263
	Painetut lähteet.....	264
	Tutkimuskirjallisuus	267
	Luettelo kuvista, kuvioista ja taulukoista.....	276

Johdanto

Anni Polviander (os. Heinonen) julkaisi 1945–1993 kirjailijanimellä Anni Polva yhteensä 104 teosta. Lastenkirjoista tunnetuin lienee *Tiina*-sarja, mutta Polviander kirjoitti paljon myös muita lapsille ja varhaisnuorille suunnattuja kirjoja. Toinen keskeinen Polvianderin tuotannon teema oli aikuisille suunnattu romanttinen viihdekirjallisuus. Teoksen *Minulla ei ketään* (1973) hän julkaisi salanimellä Kyllikki Heino. Tuo kirja poikkesi hänen romanttisesta tuotannostaan. Näiden lisäksi hän kirjoitti vanhemmalla iällä muistelmateoksia. Kaikkiaan Polviander julkaisi 41 romaania, 29 *Tiina*-kirjaa ja kymmeniä muita lasten- ja nuortenkirjoja sekä neljä muistelmateosta lapsuudesta ja sota-ajasta.¹

Polvianderin romaanit ja lastenkirjat ovat olleet luettuja myöhemminkin, mutta todelliset suosion vuodet olivat 1960- ja 1970-luvuilla. Polviander oli erityisesti lapsifaniensa rakastama, tästä kertovat vaikkapa Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran arkistoon tallennetut pinot ihailijakirjeitä ja -kortteja sekä nuorten oman kirjallisuuspalkinto Plätän antaminen Polvalle useampaan kertaan. Aikuisten kirjoittamia kiitoskirjeitä ei ole juuri säilynyt, mutta myyntiluvut vahvistavat romanttisen viihteen suosion. Kaikkiaan Anni Polva -nimellä julkaistuja kirjoja on painettu lähes 3 miljoonaa kappaletta.² Ensimmäinen miljoona meni rikki vuonna 1970 ja toinen 1979.

Suosiolla oli kääntöpuolensa. Varsinkin Polvianderin romanttisia Anni Polva -kirjoja kritisoitiin ja ne nostettiin muutamaan otteeseen jopa yleiseksi symboliksi huonosta kirjallisuudesta. Kun Paavo Rintala ja Hannu Salama nostattivat kirjoillaan niin sanotut kirjasodat, Polva-kirjojen epäsopivuudesta kirjastoihin annettiin muutama korkeimman hallinto-oikeuden päätös. Omalla tavallaan Polvianderinkin kohdalla oli kyse kirjasodasta, mutta luonteeltaan täysin toisenlaisesta kuin 1960-luvun kuuluisimmissa tapauksissa, esimerkiksi Hannu Salaman romaanista *Juhannustanssit* (1964) ja Paavo Rintalan romaanista *Sissiluutnantti* (1963) käydyssä julkisessa keskustelussa.

¹ Kts. Anni Polva -kirjojen bibliografia. Sjöblom 1999.

² *Tiina*-kirjoja painettiin 1950- ja 1960-luvuilla 276 400 kappaletta. *Tiina*-kirjojen painosmäärien tiedot on laskenut Tiina Laaksonen Karisto Oy:stä. Sähköpostiviesti Tiina Laaksoselta Tarja Vikströmille 19.2.2018.

Tutkimusaihe, tehtävä ja teoreettinen viitekehys

Perehtyessäni Polvianderiin ja hänen tuotantoonsa pyöri mielessäni pitkään jotain, josta en saanut kiinni. Se tiivistyi lopulta lauseeseen: ”Anni Polva on käsite”. Vaikka jokainen näistä kirjoista on erilainen ja kertoo eri tarinan, silti hänen romanttista viihdekirjallisuuttaan kuvattiin usein sanalla Polva. Kirjailija itsekä käytti puheessaan Polva-sanaa käsitteenä. Romanttiseen viihdekirjallisuuteen ja sen historiaan syvennyttyäni löysin yhtymäkohdan markkinoinnissa käytetyn brändin käsitteen ja Anni Polvan välillä.

Tutkimustehtäväni kohdistuu ilmiöön nimeltä Anni Polva. Väitän tutkimuksessani, että kirjailijanimestä Anni Polva rakentui viimeistään 1970-luvun alkuun mennessä brändi. Tutkin sitä, miten tämä brändi syntyi ja mistä elementeistä se rakentui.

Anni Polva -brändin analyysissä tarkastelen Anni Polvan romanttisia teoksia kulttuurituotteina. Ne olivat kustannettua kaunokirjallisuutta, joka syntyi periaatteessa samojen prosessien ja arvoketjun tuotoksena, kuin mikä tahansa kaunokirjallinen teos. Toisaalta teosten suosio teki niistä kaupallisesti menestyneitä. Kaupallinen menestys yhdistettynä Polvan teosten aihepiiriin ja kerrontatapaan, unohtamatta kirjojen nimiä ja kansikuvia, herätti kriittiset äänenpainot aikana, jolloin populaarikulttuuri ja viihdeteollisuus olivat henkisinä altavastaajina valistuksellisen ja kansallisen taideihanteen edessä.

Anni Polvianderin ensimmäiset kirjat julkaistiin 1940-luvulla. Hänen romaanejaan kustantaneen Arvi A. Karisto Oy:n kustannuspolitiikkaan ei tuolloin kuulunut sen kummempia mainontaa tai teosten markkinointia. Yrityksen perustajan ja toimitusjohtajan Arvi A. Kariston mukaan kirja myi itse itsensä. Myöhemmin 1950-luvulla markkinointiin alettiin kiinnittää enemmän huomiota ja Anni Polva -kirjoja mainostettiin lehdissä ja kirjakaupoille suunnatussa materiaalissa. Anni Polva -brändillä en kuitenkaan tarkoita pelkkää kustantajan tavoitteellista toimintaa myynnin edistämiseksi, vaan kirjailijan, kustantajan, ajan kulttuuriväen, kirjallisuuden alan kriitikoiden ja Polvianderin lukijoiden suhdetta teoksiin ja niiden myyntiin sekä markkinointiin. Erilaisten kirjoitusten ja puheiden tuottamaa vyyhteä, josta 1940-luvulta alkanut vuosittainen kirjojen julkaisu loi viimeistään 1960-luvulla tunnistettavan Anni Polva-brändin.

Tutkimus rajautuu ajallisesti 1940-luvulta Anni Polvianderin esikoisromaanista 1970-luvun alkuvuosiin. Polviander julkaisi ensimmäisen romaaninsa 1945 ja vuonna 1970 teoksia oli painettu jo miljoona kappaletta. Tiina-sarja ja muut lastenkirjat poisluettuna romanttista

viihde oli tästä miljoonasta noin 650–700 000 kappaletta. Hypoteesini on, että tuohon mennessä Anni Polva -brändi, sellaisena kuin sen tässä tutkimuksessa käsittän, oli jo muotoutunut ja maine vakiintunut. 1970- ja 1980-luvuilla Polva-kirjoja myytiin vielä erittäin paljon ja Polviander julkaisi vuosittaisen romanttisen kirjansa 1979 asti ja se jälkeen vielä satunnaisesti 1980-luvulla. Koska käsittelen brändiä vuorovaikutukseen perustuvana ilmiönä, on raja 1970-luvun alkuun perusteltua. 1980-luvulle tultaessa Anni Polva -brändi väistämättä muuttui kirjailijan ikääntyessä ja uusien teosten julkaisemisen loputtua. Oletan, että nyt 2000-luvulla Anni Polva -nimi yhdistetään ensisijaisesti *Tiina*-kirjoihin ja niihin liittyvän nostalgian värittämän mielikuvan lisäksi romanttiset Polva-kirjat muistetaan huonosti.

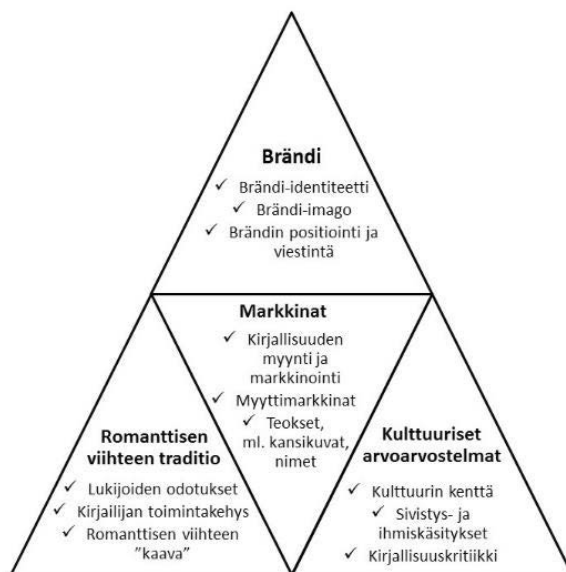
Polvan isosta tuotannosta rajaan aiheeni koskemaan Polva-nimellä julkaistuja romanttisia kirjoja. *Tiina*-kirjojen tai Polvianderin muun lastenkirjallisuuden analysointi edellyttäisi kokonaan toisenlaista tutkimustehtävää ja lähdepohjaa ja *Tiinaa* olisi tutkittava omana brändinään. *Tiina*-kirjoilla oli toki vaikutuksensa myös Anni Polva-brändin rakentumisessa ja käsittelen jonkin verran myös niihin liittyvää keskustelua.

Tutkimus edustaa historian tutkimusta, eikä sijoitu erityisesti yhden historian tutkimuksen alalajin tai tutkimussuuntauksen piiriin. Monitahoinen aihe sivuaa kirjallisuuden historiaa, kulttuurihistoriaa, markkinoinnin tutkimusta ja kirja-alan käytäntöjen myötä yrityshistoriaa. Brändejä voi tutkia eri näkökulmista, esimerkiksi yritystalouden, strategisen johtamisen tai kuluttajatutkimuksen menetelmillä ja viitekehyksessä. Tässä tutkimuksessa käytetty brändin määrittely korostaa brändiä suhteena ja sen sidosryhmien sekä toimintaympäristön arvojen, ennako-odotusten sekä mielikuvien luomana kokonaisuutena. Anni Polva -brändin tutkiminen edellyttää sekä henkisen että materiaallisen toimintaympäristön analysointia. Kun sanon tutkivani Anni Polva -kirjoja kulttuurituotteina, tarkoitan niiden sijoittumista osaksi kirjallisuuden perinteitä ja erityisesti romanttisen viihteen traditiota ja tutkin niitä myytävyyttä ja asiakastytyvääisyyttä tavoittelevan systemaattiseksi tulkittavan tuotantoprosessin tuotoksina, viihdekirjoina. Polva-kirjojen vastaanoton tutkiminen paljastaa kulttuuri- ja sivistyskäsitteitä sekä odotuksia hyvästä kirjallisuudesta ja siitä, mikä oli hyvää luettavaa ja mikä ei. Toisaalta Polva-kirja kulttuurituotteena edellyttää kirjallisuuden kustantamisen sekä yleisesti markkinoinnin ja myynnin keinojen tutkimusta

ja kirjan tutkimista myös materiaalisena objektina, joka painetaan, kuljetetaan, varastoidaan ja myydään. Brändiin liittyen varsinkin etu- ja takakansi ovat tärkeä osa brändin viestintää.

Keskeiset toimijat, joiden näkemyksistä, odotuksista ja ennakko-olettamista brändi syntyi, ovat teosten lukijat, kriitikot ja muut kirjallisuuskusteluun osallistuneet, kustantamon edustajat sekä tietysti Anni Polviander itse. Hänestä käytän tutkimuksessa nimeä Anni Polva, sillä tuota nimeä hän käytti itsestään julkisessa puheessa ja samoin kustantaja julkaisuissaan, Anni Polviander jopa allekirjoitti joskus kirjeitä kustantajalleen nimellä Anni Polva. Myös lukijat ja kriitikot tunsivat kirjailijan tällä nimellä. Nimeä Anni Polva on perusteltua käyttää senkin tähden, että tutkimukseni kohde on Anni Polva -brändi, ei niinkään Anni Polviander henkilönä tai kirjailijana.

Kuvio 1 kuvaa tutkimukseni teoreettista viitekehystä. Viitekehyksessä ylimpänä on brändin käsite, josta tarkastelen erityisesti brändi-identiteettiä ja positiointia sekä brändi-imagoa. Myyttimarkkinat-termi liittyy kulttuurisen brändin rakentamisen teoriaan. Romanttisen viihteen traditio ja kulttuuriset arvoarvostelmat vaikuttavat Polva-kirjojen ja Anni Polva -brändin taustalla erityisesti lukijoiden odotushorisontissa ja kriittisen vastaanoton argumenteissa.



Kuvio 1 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys

Markkinoinnin tutkimuksessa luodut ja käytettävät brändimallit painottuvat useimmiten toimivan brändin rakentamiseen, sen viestimiseen ja brändien johtamisen keinoihin. Markkinoinnin akateemisessa tutkimuksessa ei ole löydettävissä vain yhtä tiukasti määriteltyä brändin käsitettä, vaan malleja on useita ja eri tarkoituksiin. Eri malleissa käytetään silti samoja tai saman tyyllisiä elementtejä vain erilaisin painotuksin ja termein. Tällä tutkimuksella ei ole tarkoitus testata tai todistaa yhtä brändimääritelmää. Sen sijaan brändin teorioita käytetään historiallisen ilmiön tarkastelussa keskustelukumppanina ja viitekehystenä, jonka avulla tutkimustehtävän hypoteesi Anni Polva -brändistä tulee perustelluksi.

Brändien ja brändin rakentamisen määritelmistä keskeisiä tässäkin tutkimuksessa käytettäviä käsitteitä ovat brändi-identiteetti, positiointi ja brändi-imago. Identiteetillä tarkoitetaan brändin omistajan tekemää tietoista määrittelyä siitä, mikä ja millainen brändin pitää olla.³ Brändin positioinnilla tarkoitetaan määrittelyä ja pyrkimystä asemoida brändi asiakkaan tai muiden sidosryhmien mieleen suhteessa kilpailijoihin. Brändi-imagolla tarkoitetaan puolestaan niitä mielikuvia ja odotuksia, joita brändin käyttäjällä tai muilla brändin tuntevilla tai siihen tutustuvilla on.⁴

Isoin ero markkinoinnin akateemisen tutkimuksen ja tämän tutkimuksen välillä on tapa, jolla brändin määrittelyä käytän. Markkinoinnin tutkimuksessa brändien määrittely ymmärrettävästi lähtee soveltavista tulkinnoista ja ajankohtaisten brändien analyysistä. Brändin rakentaminen on niissä tavoitteellista liiketoimintaa ja talouden johtamista. En väitä, että kirjailija Anni Polviander tai kustannusosakeyhtiönä Arvi A. Karisto Oy olisivat toteuttaneet systemaattista brändin rakennustyötä tai johtaneet Anni Polva -brändiä nykymallien mukaisesti. Brändi-sanaa ei Suomessa tutkimuksen aikarajan puitteissa käytetty eikä termi brändi ole tullut esille yhdessäkään käyttämässäni kotimaisessa lähteessä. Tämä ei silti tarkoita, etteikö brändejä olisi ollut ja etteikö niiden historiallinen analyysi olisi mahdollista. Tulen osoittamaan, että sekä kustantajan että Anni Polvianderin toiminnassa oli samoja elementtejä, joita systemaattisesta nykyaikaisesta brändin johtamisesta voi tunnistaa. Varsinkin Anni Polviander toimi monin tavoin kuin brändimanageri olisi voinut toimia asiakaslupausta ja toimitusaikataulua noudattaen.

³ Kapferer 2008, 172–175.

⁴ Keller 2013, 76–79.

Tutkimuksessa käytetään brändin käsitettä seuraavassa merkityksessä: Brändissä on pohjimmiltaan kyse vuorovaikutuksesta, arvoista ja tunteista. Brändiä ei voi määritellä samaksi asiaksi kuin tuote tai sen mainostaminen, eikä se ole vain tuotteen logo, muoto tai graafinen ilme, vaikka edellä mainitut toki liittyvät brändiin, vaan monitahoinen ilmiö, jonka tärkein elementti on asiakkaiden, suunnittelijoiden, tekijöiden ja myyjien välinen vuoropuhelu. Brändi ei siten ole jotain, jonka yritys tarjoaa asiakkaille valmiina, vaan se syntyy vuorovaikutuksessa toimijoiden kesken.⁵

Käytän brändin määrittelyssä Jean Noël Kapfererin ja Kevin Lane Kellerin teoreettisia brändin rakentamisen malleja. Kellerin *The Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (2013) on perusteellinen johdanto brändeihin ja kirjaa käytetään kansainvälisesti markkinoinnin yliopistollisena oppikirjana. Keller määrittelee kirjassaan muun muassa mallin brändin arvon laskemiseen.⁶ En käytä brändin arvon laskemisen mallia, mutta hyödynnän Kellerin määritelmiä viitekehyksen rakentamisessa. Kapfererin kehittämää identiteettiprisman mallia hyödynnän Anni Polva -brändin identiteetin hahmottamisessa. Kapferer on kuvannut identiteettiprismaa teoksessaan *The New Strategic Brand Management* (2012).

Kapfererin identiteettiprisman malli sisältää tavoiteltujen mielikuvien, brändin fyysisten ja persoonan piirteiden määrittelyä sekä näkemyksiä siitä, millaisena brändin käyttäjä haluaa tulla ja tulee nähdyksi.⁷ Kun analysoin Anni Polva -brändiä, käsittelen identiteettiprisman mallin avulla sitä, millaisena brändi sen rakentajien näkökulmasta olisi voinut näyttää. Toisaalta analysoin brändi-imagon käsitteen avulla mielikuvia ja odotuksia, joita brändi herätti eri sidosryhmissä. Bränditeorioiden vahvuus Anni Polva -kirjojen analysoinnissa on niiden joustavuus ja monipuolisuus. Ilmiötä eli brändiä kannattaa peilata mahdollisimman monipuolisesti ja monelta suunnalta.

Kellerin ja Kapfererin yleisten määritelmien lisäksi käytän viitekehyksenä kulttuurisen brändinrakentamisen teemaa, jota Douglas B. Holt on tutkinut teoksessa *How brands become icons – the principles of cultural branding* (2004). Holt puhuu kulttuurisista

⁵ Pursiainen 2010, 9–10.

⁶ Keller 2013, 291–312.

⁷ Kapferer 2008, 182–189.

myynteistä ja kulttuurin kertomuksista, joita ikoniset brändit jollain tapaa aina heijastavat. Holtin mukaan ikoninen brändi toimii tuotemarkkinoiden sijaan myyttimarkkinoilla.⁸ En tutki Anni Polva -brändin ikonisuutta, mutta käytän kulttuurisen kertomuksen ja myyttimarkkinoiden teemaa analysoidessani Anni Polva -brändin brändi-imagoa, eli sitä, miten lukijat ja muut sidosryhmät brändin kokivat ja mikä brändissä rakensi voimakkaimmin suhdetta asiakkaaseen eli lukijaan.

Holtin teorian mukaan ikoninen brändi myös tuhoutuu nopeasti kulttuurin muutoksissa, jos se ei pysty uudistumaan ja elämään mukana myyttimarkkinoilla.⁹ Tutkimukseni aikaraja ja tutkimustehtävä rajautuvat Anni Polva -brändin rakentumisen vaiheeseen enkä käsittele aikaa, jolloin brändi rapautui ja monella tapaa hävisi markkinoilta. 1970-luvun alun tilanteeseen ja myöhemmin julkaistuihin kirjoihin verraten voi silti tehdä oletuksen, että brändi ei ehkä myöhemmin kyennyt muuttumaan tai reagoimaan myyttimarkkinoiden eli yhteiskunnallisten ja kulttuuristen muutosten mukana.

Koska kyseessä on historiallinen ilmiö, painottuu analyysissä välttämättä myös ilmiön eri osien historialliset juuret: romantiikka, romanttinen rakkaus, viihdekirjallisuus, kirjallisuuden myynti ja markkinointi sekä laajemmin markkinointiajattelu Suomessa 1900-luvulla. Lisäksi on tarpeen analysoida joidenkin Anni Polva -brändin sisältöön liittyvien muiden ilmiöiden taustoja lyhyesti. Tällaisia ovat esimerkiksi populaarikulttuuri 1960-luvun lopulla, päiväunelmointi ilmiönä ja 1900-luvun nais- ja miesihanteet. Tutkimuksen pääkohteena on kuitenkin koko ajan Anni Polva -brändi, ei esimerkiksi ajan sukupuoliroolit tai populaarikulttuurin kenttä.

Kulttuurisessa brändinrakennuksessa ja Kapfererin identiteettiprisman teoriassa analysoidaan kulttuurin, arvojen, erottautumisen ja kuluttajien omakuvan heijastumia.¹⁰ Myös Anni Polva -brändi syntyi ainakin osaltaan julkisessa keskustelussa kulttuurisista arvoista, korkeasta ja matalasta kulttuurista sekä hyvästä ja huonosta viihteestä. Tästä syystä on luontevaa huomioida teoreettisessa viitekehyksessä myös Pierre Bourdieun kenttäteoria.

⁸ Holt 2004, 39–40.

⁹ Holt nostaa esimerkiksi Mountain Dew -virvoitusjuomamerkin ja sitä kohdanneen kriisin yhteiskunnan ja samalla myyttimarkkinoiden muuttuessa. Holt 2004, 39–49.

¹⁰ Kapferer 2008, 182–189; Holt & Cameron 2010, 172–192.

Sekin enemmän keskustelukumppanin kuin jonkin todistettavan mallin roolissa. Bourdieun kenttäteoriasta on paljon kirjoituksia ja analyysejä. Hyvä koonti eri näkökulmista on esseekokoelmassa *The Field of Cultural Production, Essays on Art and Literature* (1993).

Bourdieun kenttäteorian kiinnostava anti Anni Polva -brändin rakentumisen tutkimiselle on ajatus osin näkymättömistä valta-asetelmista ja kaupallisuuden sekä taiteen välinen jatkuva ristiriita.¹¹ Bourdieun teoria kulttuurisesta kentästä tuntuisi sopivan hyvin 1960-luvun suomalaiseseen kulttuurikeskusteluun, näin siitäkin huolimatta, että Bourdieun teorioiden soveltuvuutta ranskalaisen yhteiskunnan ja kulttuurin käytäntöjen ulkopuolelle on pohdittu.¹² Anni Polva -brändin kannalta iso kysymysmerkki on kenttäteorian osalta ollut myös se, miten voisin käyttää avukseni teoriaa, joka käsittelee symbolista valtaa ja pääomaa kulttuurisella kentällä, jossa tutkimani ilmiö ei todennäköisesti edes olisi voinut sijaita. J. P. Roos on kuitenkin huomauttanut, että Bourdieun malli sopii ilmiöihin, joissa perustana on valta ja sen epätasainen jakautuminen. Mitä selkeämpi ero on hallitsevien ja hallittujen välillä, sitä paremmin Bourdieun teoria toimii.¹³ Bourdieun teorioita on myös kritisoitu ja laajennettu. Esimerkiksi kirjallisuudentutkija Bridget Fowler on esittänyt kritiikkiä kenttäteoriaa kohtaan siitä, että siinä sitoudutaan liian tiukasti korkean ja matalan kulttuurin eroon. Fowlerin mukaan voi olla, että naisten vähäinen pääsy taiteen ja kirjallisuuden kentälle (väärä habitus, väärä sukupuoli) on lisännyt naiskirjailijoiden osuutta populaarissa ja niin sanotussa *middlebrow*-kirjallisuudessa.¹⁴

¹¹ Bourdieu 1993, 82–86.

¹² Keskustelusta Norjassa Jonvik 2017; Suomessa Bourdieun tulosten sovellettavuutta ovat käsitelleet esimerkiksi Semi Purhonen ja J. P. Roos. Purhonen & Roos 2006, 38.

¹³ Roos 2013. Roos myös esittää, että suurimmissa vaikeuksissa distinktioteoria on Pohjoismaissa, sillä näissä maissa erottelu on vähäisempää ja symbolisen pääoman valta itsessään pienempi.

¹⁴ Fowler 1991, 134–159; Brown & Grover 2011, 1–21; Ehland & Wächter 2016, 1–4. Termi *middlebrow* on peräisin 1920-luvulta ja sitä käytetään yhä taiteiden tutkimuksessa ja julkisessa keskustelussa kulttuurista ja kirjallisuudesta kirjallisen laadun ja arvon määrittäjänä. Termin voi tulkita myös halventavaksi. *Middlebrow* viittaa keskiluokkaan ja toimii vastakohtana *highbrow*-termille, jolla usein on viitattu ”korkeakirjallisuuteen” tai modernistiseen ja edistykselliseen kirjallisuuteen. *Middlebrow*-kirjallisuutta tutkineet Erica Brown ja Mary Grover määrittelevät käsitteen linkittyneen 1920-luvulta 1960-luvulle Yhdysvalloissa ja Iso-Britanniassa käytyyn keskusteluun kulttuurisesta arvovallasta ja

Bourdieu analysoi kulttuurin tuottamisen kenttää käänteisenä taloudelliselle maailmalle ”voittaja häviää” -logiikkaan perustuvana. Hyvin myyvän teoksen kirjoittaminen ja hyvät myyntiluvut voivat tällaisella logiikalla toimivalla kentällä johtaa häviöön. Bourdieun kulttuurin kenttä on täysin irrallaan taloudesta, joka toimii omalla kentällään. Kentälle pääsemiseksi edellytetään habitusta, joka toimii juuri tuon kentän pääsykoodina.¹⁵ Tällainen ajattelu sopii kiinnostavasti siihen, että mitä suositumpi Anni Polva -kirjoista ja tunnetumpi brändistä tuli, sitä voimakkaampaa kritiikkiä ne saivat osakseen. Toisaalta Bourdieun teoria on kiinnostava senkin suhteen, miten taide ja raha on yleensä mielletty eri sfäärien tai kuten tässä, eri kenttien pääomiksi.

Kenttäteoriassa tärkeitä käsitteitä itse kentän käsitteen lisäksi ovat muun muassa habitus ja doksa. Bourdieun kenttä on hierarkkisesti organisoitu tila – eräänlainen sijaintien, tekemisen ja esittämisen kokonaisuus, josta eri toimijat pyrkivät valtaamaan mahdollisimman hyvän aseman. Uusien toimijoiden tulo kentälle ja siellä jo olevien pyrkimykset muuttaa asemaansa tuottavat liikettä käytäntöjen, luokittelun ja erottautumisen myötä. Valta-asetelmat ovat esillä kaikkialla, erityisesti maussa.¹⁶

Kulttuurin kentällä valuuttana toimii symbolinen pääoma ja kentän toimintalogiikka on erillään muista kentistä tai vähintäänkin pyrkii siihen. Bourdieu sijoittaa kentät sisäkkäisiksi. Kirjallisuuden ja taiteen kenttä toimii vallan ja luokkasuhteiden sisällä, mutta täysin erillään esimerkiksi talouden kentästä. Kulttuurin kentällä käytetty pääoma on symbolista, ei koskaan taloudellista. Bourdieun mukaan kulttuurin kentällä toimii täysin päinvastainen logiikka kuin talouden kentällä. Toki kentällä hyvän aseman saavuttaneella toimijalla voi olla varallisuutta: se ei estä vaan jopa auttaa toimimaan. Bourdieu viittaa kirjailija Gustave Flaubertiin ja siihen, että peritty varallisuus takaa mahdollisuuden vapaaseen, itsevarmaan ja tuotannon taloudellisesta menestyksestä riippumattomaan toimintaan ja siten vahvistaa asemaa kentällä. Valtaisa yleisömenestys ja sen tuottama taloudellinen voitto voivat kuitenkin työntää toimijan ulos kulttuurin kentältä, ainakin jos toimijan habitus ja kulttuurinen pääoma, ymmärrys kentän toimintalogiikasta, hyvä pelisilmä ja oikean

muutoksesta, sekä ennakkoluuloista kulttuurista ja sosiaalista nostetta etsivää alempaa keskiluokkaa, koti-ihannetta, feminiiniä ja vanhentuneeksi todettua kerrontatapaa kohtaan.

¹⁵ Bourdieu 1993, 161–175; Randal 1993, 5; Bourdieu 1977, 72; Bourdieu 1990, 53.

¹⁶ Bourdieu 1993, 5, 62–63.

kaltainen valta-asema eivät ole riittävän vahvoja. Toisaalta suosion puute ei takaa asemaa kentältä. Symbolinen pääoma, joka vahvistaa toimijan asemaa kulttuurin kentällä, on kertynyttä arvovaltaa ja tunnustusta. Kentälle pääsemiseksi pitää omata sopiva habitus, eli käyttäytymisen, koulutuksen, kasvatuksen ja kulttuurisen tietämyksen varanto ja koodisto, jolla kilpailla kentällä arvokkaista pääomista.¹⁷

Bourdieuun määritelmässä kulttuurin kentän sisällä on vielä erikseen niin sanottu rajoitetun tuotannon osa-alue, joka ei ole tarkoitettukaan laajoille markkinoille. Tuolla alueella taloudellinen menestys tai suuri julkisuus on häviö. Tällaisen kentän täysi autonomia syntyy arvostuksesta, jonka saa vain niiltä, jotka eivät tunnusta mitään muuta arvostusta kuin itse saamansa.¹⁸ Tällaista aivan äärimmäistä omalakisuuutta on vaikea tunnistaa kulttuurihistoriasta, elleivät esimerkiksi dadaismi, suprematismi tai muut vastaavat 1900-luvun alkupuolen radikaalit taiteen ryhmittymät ja suuntauokset ole tällaisia. Väljemmin ymmärrettynä runous voi olla rajoitetun tuotannon aluetta kulttuurin kentällä. Suomessakin on ollut toistuvain välein erilaisia ryhmittymiä, joita voisi tulkita ainakin jollain lailla Bourdieun kuvaamalle kentälle. Bourdieu tosin mainitsee, että tällaiset hyvin vastakkaisiin ja väljiin kulttuurisen kentän positioihin rakentuvat ryhmät usein hajoavat, kun ne tai ryhmän yksittäiset jäsenet saavat tunnustusta. Tällöin symbolinen valta ja tunnustus saattaa päätyä vain harvoille tai yhdelle, jolloin ryhmän koheesio heikkenee.¹⁹ Esimerkiksi Tulenkantajat voisi olla tällainen ryhmä ja osa-alue hyvin rajatulla suomalaisella sotien välisen ajan kulttuurisella kentällä.

Bourdieuun kenttäteoria on hyvin käsitteellinen, monitulkintainen sekä monitahoinen ja ehkä juuri sen tähden taipuu eri tavoin työkaluksi kulttuuristen arvostusten ja valta-asetelmien analysointiin.

Brändin ja kulttuurin kenttä -käsitteiden lisäksi teoreettisen viitekehyksen tärkeä tukijalka on romanttisen viihteen ja romanttisen rakkauden käsitteet ja traditio. Näitä analysoin perustuen toisaalta Anthony Giddensin teoksessaan *Transformation of Intimacy* (1992) määrittelemään romanttisen rakkauden käsitteeseen ja toisaalta muutamien keskeisimpien kirjallisuudentutkijoiden analyysiin romantiikan taustoista ja rakenteesta. Romantiikan

¹⁷ Bourdieu 1993, 40, 67–68, 164.

¹⁸ Bourdieu 1993, 37–39.

¹⁹ Bourdieu 1993, 66.

tutkijoista käytän erityisesti Pamela Regisin teosta *Natural History of the Romance Novel* (2003), Bridget Fowlerin tutkimusta *The Alienated Reader – Women and Romantic Literature in the Twentieth Century* (1993) ja Maria Nilsonin yleiskatsausta romantiikan eri alalajeihin *Kärlek, passion & begär – om romance* (2015). Romantiikkaa on tutkittu ja siitä on kirjoitettu paljon. Suurin osa tutkimuksista liittyy kirjallisuuden tutkimuksen alaan, näin myös yllä mainitut teokset. Regis, Fowler ja Nilson edustavat kuitenkin tutkijoita, joilla on vahva ymmärrys ja kiinnostus ilmiön historialliseen kontekstiin ja jokainen tarjoaa kiinnostavia näkökulmia romantiikan traditioon ja nykytilanteeseen. Heidän lisäksi viittaa useisiin muihin tutkijoihin. Oletan, että romantiikan traditio ja toisaalta romanttisen rakkauden ihanne ovat tärkeä osa myyttimarkkinoita, joilla Anni Polva -brändi rakentui, ja jotka olivat syynä sen suosioon.

Lähteet ja käytetyt menetelmät

Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran kirjallisuusarkistossa säilytettävä Anni Polvan arkisto ja Kansallisarkiston Hämeenlinnan yksikössä säilytettävä Arvi A. Karisto Oy:n kirjallisen osaston arkisto muodostavat tutkimuksen keskeiset lähdeaineistot. Näiden arkistomateriaalien lisäksi lähteinä on käytetty lukuisia aikalaistekstejä ammatti-, aikakaus- ja sanomalehdistä sekä muuta aikalaiskirjallisuutta. Anni Polva -kirjat muodostavat lisäksi oman lähdekokonaisuutensa.

Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran arkistomateriaali sisältää Anni Polvan arkiston lisäksi kirjailijahaastatteluita, joista käytän lähteenä Anni Polvianderin haastatteluita vuosilta 1981, 1983–1984 ja 1986. Jyväskylän yliopiston tekemä nauhoite kirjallisuuspaneelistu vuodelta 1972 on myös tärkeä lähde. Olen käynyt haastattelut läpi sekä litteraatioina että kuunneltuna niiltä osin kuin ne ovat tutkimuskäytössä. Jyväskylän yliopiston nauhoitteen kuuntelin alkuperäisenä äänitteenä, litteraatiota siitä ei ole käytössä.

Anni Polvan arkistossa on laaja materiaali kirjeenvaihtoa, lukijakirjeitä ja kirjoitusten luonnoksia sekä päiväkirjoja, joista käytän tutkimuksessa kirjeenvaihtoa ja päiväkirjoja. Lukijakirjeitä eli niin sanottua fanipostia on lähinnä Tiina-kirjojen ihailijoilta. Kirjallisuusarkiston kirjeenvaihto täydentää Kansallisarkiston Hämeenlinnan yksikössä säilytettävää Arvi A. Karisto Oy:n kirjallisen osaston arkistoa, joka sisältää Anni Polvan kanssa käydyn kirjeenvaihdon.

Kaikkineen olen käynyt läpi noin 220 kirjettä ja kirjejäljennöistä, jotka valaisevat Polvan kustantajasuhdetta ja kirjailijan työn käytäntöjä. Arvi A. Karisto Oy:n kappaleet lähetetyistä kirjeistä ovat koneella kirjoitettujen jäljennöksiä eikä niissä ole allekirjoitusta. Joissain tapauksissa alkuperäinen ”vastakappale” on löytynyt Anni Polvan arkistosta. Lähdeviitteissä olen päättänyt käyttämään kirjeen lähettäjänä ja vastaanottajana kussakin kirjeessä mainittua tahoa tai henkilöä, jos se on tiedossa. Useimmat Anni Polvianderin kirjeet olivat osoitettu Arvi A. Karisto Oy:lle, joskus henkilökohtaisemmin ja monesti ilman vastaanottajan nimeä.

Kirjeensä Anni Polviander allekirjoitti koko nimellään tai tuttavallisemmissa kirjeissä pelkällä etunimellä. Brändin tutkimisen kannalta on kiinnostavaa, että varsinkin joissain 1960-luvulla lähetetyissä kirjeissä Polviander allekirjoitti kirjeet Anni Polva -nimellä. Anni Polvan kustannustoimittajana 19 vuotta toimineen Anneli Seppälän mukaan Anni Polvaa ei hänen aikanaan 1970-luvun alusta 1990-luvulle koskaan kutsuttu Polvianderiksi, eikä tuota sukunimeä käytetty muutenkaan. Kustantamon väelle Anni Polviander oli Anni Polva ja useimmille vain Anni. Käytän Anneli Seppälästä tekemääni haastattelua (15.3.2018) vahvistamassa kirjeenvaihtoon ja muuhun materiaaliin perustuvia johtopäätöksiä Anni Polvan ja kustantajan yhteistyöstä.

Kirjeenvaihto sekä kirjailijahaastattelut ja Anni Polvianderin vanhemmalla iällä julkaisemat muistelmateokset mahdollistavat yhdessä Polvianderin kirjailijan uran, kirjoitusprosessin ja kirjailijan roolin analysoinnin. Haastattelut on tehty 1980-luvulla, jolloin Polviander ei enää julkaissut entiseen tapaan useita teoksia vuosittain. Ne ovat siten muistitietomateriaalia, joskin erilaista kuin omaelämäkerralliset teokset, jotka oli kirjoitettu laajaa yleisöä varten. Haastatteluissa Polviander kertoo avoimesti kokemuksistaan ja muistoistaan. Muistitietoon perustuvista haastatteluista olen paikantanut muutaman kuvatun asian, joka ei ole käytännössä ehkä voinut tapahtua niin kuin Polviander muistelee. Tämä on osoituksena haastatteluiden omasta luonteesta: ne ovat kirjailijan kertomusta omasta menneisyydestä ja tällaisena narratiivina tulkittavia. Kirjailijahaastatteluiden käytöstä ja arvosta muistitietona ovat käsitelleet Katri Kivilaakso ja Suvi Raitinen teoksessa *Lukemattomat sivut – Kirjallisuuden arkistot käytössä* (2010), jossa he viittaavat muistitiedon tutkija Alessandro Portelliin siinä, että suullisen tiedon subjektiivisuus ei ole ongelma vaan sen tärkeä

erityispiirre. Suullisen todistuksen merkitys ei synny uskollisuudesta tosiasioille vaan mielikuvituksen, halun ja symboliikan ilmaisusta.²⁰

Kriitikoiden näkökulma avautuu lehtikritiikeistä sekä muista kirjoituksista. Perinteisiä kirjallisuusarvioita ei Polvan teoksista useinkaan julkaistu. Systemaattisin kritiikkiaineisto on *Kirjastolehden* liitteenä julkaistussa *Arvosteleavassa kirjaluetelossa*, jossa julkaistiin muutaman rivin arvio useista Polvan romaaneista. Arvosteleavan kirjaluettelon merkitys kirjastojen kirjavalinnassa oli merkittävä.

Muut tärkeät aineistot ovat keskustelut lehdissä (sanomalehdet, aikakauslehdet, mielipidelehdet), kirjallisuushistoriat ja yleisjulkaisut, Kariston markkinointimateriaali ja kirjakauppiaille suunnatut julkaisut, *Kirjakauppias*-lehti sekä lukemista ja kirjallisuutta käsittelevät aikalaistutkimukset. Eri julkaisuista olen käynyt systemaattisesti läpi *Arvosteleavan kirjaluetelon*, *Kirjasto*-lehden, *Mainostaja*-lehden, Kariston markkinointijulkaisut ja *Kirjakauppa*-lehden vuosikerrat 1940-luvulta vuoteen 1973. Lisäksi olen käynyt läpi kulttuuri- ja aikakauslehtiä *Turun yliopiston Aikakauslehti* -indeksiin indeksoitujen artikkelien mukaan, poimien kirjallisuuteen, populaarikulttuuriin ja markkinointiin liittyvät artikkelit. Tärkeä lähde-teos on ollut myös Tammen johtajan Untamo Utrion 1968 julkaisema *Kauppatavarana sivistys*, jossa Utrio käy läpi kirjallisuuden myynnin ja markkinoinnin haasteita ja tilannetta. Tutkimukseni otsikko on saanut inspiraation ja idean Utrion teoksesta.

Suurin osa käyttämistäni lähteistä on muuta kuin selkeästi faktoihin perustuvaa, tapahtumien tai prosessien kulkua kuvaavaa tai dokumentoivaa materiaalia. Keskeinen lähdemateriaali tarjoaa eri toimijoiden näkemyksiä, mielipiteitä, kokemuksia ja myös muistoja. Jotta historian tutkimuksen tärkein menetelmä, sisäisen ja ulkoisen lähdekritiikin toteuttaminen onnistuu, on tärkeää rinnastaa ja keskusteluttaa eri lähteitä keskenään. Joissain tapauksissa olen jättänyt osia lähteistä käyttämättä. Tällainen tulkinnanvarainen ja brändin identiteetin kannalta vähemmän tärkeä, vaikkakin muuten kiinnostava, lähdemateriaali on Anni Polvianderin päiväkirjat, joihin viittaa vain lyhyesti Polvan taustan ja uran alkuvaiheiden esittelyssä. Anni Polviander kävi päiväkirjoissaan henkilökohtaisia asioita läpi, eikä tällainen pohdinta vie brändianalyysiä lopulta syvemmälle, mutta tukee silti tutkimuksen kannalta keskeisten teemojen, myynnillisyyden ja asiakkaan eli lukijan huomioimisen

²⁰ Kivilaakso & Ratinen 2010, 176.

merkitystä kirjailijan työssä. Brändissä on kyse ensisijaisesti julkisesta vuorovaikutuksesta ja mielikuvista sekä lukijoiden heijastumista, ei kirjailijan omasta henkilöstä tai persoonasta, mutta kokonaan ei brändiä voi ymmärtää ilman näkemystä Anni Polvan henkilökohtaisesta suhteesta kirjoihin ja lukijoihin.

Olen käyttänyt tutkimuksessa tekstien analyysissä menetelmänä tulkinnallista lähilukua. Lähiluku on Jyrki Pöysän mukaan väljä ja tekstien tulkinnan mahdollistava lukutapa, johon liittyy muun muassa tekstien useat lukukerrat, tulkinnan syntyminen toistavalla kirjoittamisella prosessimaisesti ja lopun avoin tulkinta.²¹ Menetelmän tuottama tieto ei ole eksaktia, eikä sillä voida yleensä todistaa asioiden olevan tietyllä tavalla vaan kyseessä on tulkinnallinen menetelmä.²² Lähiluku perustuu kirjallisuudentutkimukseen²³ ja siinä varsinkin uuskritiikin perinteeseen, mutta kirjallisuustieteen ulkopuolella sitä on käytetty ja sovellettu monin tavoin, myös oppimisen pedagogisena menetelmänä, kuten esimerkiksi Harvard Collegen kirjoittajakoulun verkkomateriaalissa.²⁴ Vaikka lähilukua on käytetty pääasiassa kirjallisuuden analysoinnissa, se toimii Pöysän mukaan hyvin myös muissa teksteissä ja poikkitieteellisen tutkimuksen joustavana menetelmänä, esimerkiksi Ilona Pikkanen on käyttänyt väitöskirjassaan menetelmää yhdistettynä narratologiaan historiallisen tietokirjan, Eliel Aspelin-Haapkylän Suomalaisen teatterin historian, analyysissä.²⁵ Tässä tutkimuksessa poikkitieteellisyys näyttäytyy brändin analysoinnin edellyttämänä monipuolisena ilmiön tutkimisena ja lähdemateriaalien moninaisuutena. Lähtiessäni aluksi tutkimaan aihetta, Anni Polvianderia henkilönä ja hänen tuotantoaan, perehdyin keskeisiin lähdeteksteihin ensin yleisesti silmäillen ja samalla tulkintaa ja tutkimuksen aihetta rajaten. Tässä tutkimuksen alkuvaiheessa keskityin Anni Polvan ja hänen kustantajansa väliseen kirjeenvaihtoon, Anni Polvan haastattelumateriaaleihin, Kirjasto-lehdessä käytyyn keskusteluun sekä itse teosten analyysiin. Kun ensimmäisen lukukerran jälkeen olin tunnistanut ilmiön ja päätenyt tarkastelemaan Anni Polva -ilmiötä

²¹ Pöysä 2010, 331–355.

²² Pöysä 2015, 6–7.

²³ Esimerkiksi: Wolfreys, Julian: *Readings – Acts of Close Reading in Literary Theory*. Edinburgh University Press (e-kirja). 2000; Federico, Annette: *Engagements with Close Reading*, Routledge (e-kirja). 2015.

²⁴ Kain, Patricia. *How to Do Close Reading*. Harvard College Writing Center. URL: <https://writingcenter.fas.harvard.edu/pages/how-do-close-reading> (viitattu 14.12.2018).

²⁵ Pikkanen 2012.

brändin käsitteen näkökulmasta, laajensin lähdemateriaaleja Mainostaja-lehden vuosikertoihin sekä muihin markkinoinnin historiaa ja kirjallisuuden myyntiä avaaviin teksteihin sekä kävin läpi uuden lähiluvun Anni Polvan omiin kirjoituksiin ja kirjeisiin. Tällä tavalla prosessina työstäen materiaalia, tulkintaani ja lukemisesta tunnistamiani teemoja rakensin teoreettisen viitekehyksen mukaisesti Anni Polva -brändin kannalta tärkeimmät osa-alueet ja tulkinntat. Tutkimuksen rakenne on muotoutunut lähteiden lähiluvun tuottaman tulkinnan prosessin mukaisesti. Lähiluvussa on kyse jopa enemmän lukustrategiasta kuin tiukasti rajatusta metodologiasta sekä tulkinnasta, joka kohdistuu paitsi käsiteltävään tekstiin myös tarkasteltavaan näkökulmaan.²⁶

Brändin teorian tarkastelussa esitän muun muassa Kelleriin viitaten, että käsitän tutkimuksessa brändin tuotetta – tässä kaunokirjallista teosta ja kokonaista tuotantoa – laajempänä ilmiönä. Brändillä on ulottuvuuksia, jotka erottavat sen muista saman kaltaisista tuotteista, jotka voivat palvella jopa samaa tarkoitusta.²⁷ Tutkiessani brändin kaltaista enimmäkseen aineetonta hyödykettä tai ilmiötä on käytettyjen lähdemateriaalien tulkinnallisuus ja jopa fiktiivisyys luontevaa tutkittavan ilmiön kannalta.

Sisäisen lähdekritiikin toteutuminen on mahdollista eri lähteitä vertailemalla ja analysoimalla niistä tulkittavaa mielipidettä, näkemystä tai kokemusta rinnasteisesti muiden lähteiden avulla. Esimerkiksi kun Anni Polva kertoo kirjeessään näkemyksistään vaikkapa omasta kirjailijaroolistaan, vahvistuu tämä näkemys myös hänen haastattelumateriaalistaan ja seminaaritallenteesta. Tai kun *Arvosteleval kirjaluetelun* kirjallisuusarvioista voi tulkita kriittisen näkemyksen teosten keveyden tai huumorin suhteen, vahvistuu tuo tulkinta vertaamalla *Kirjastolehdessä* käytyä keskustelua kirjallisuusarvioihin.

Tutkimuksen viimeisessä luvussa esittelen tulkintani Anni Polva -brändistä. Tulkinta pohjautuu kaikkeen käsiteltyyn lähdemateriaaliin ja ilmiön valaisuun mahdollisimman monipuolisesti. En tutki pelkästään teoksia tai pelkästään kritiikkiä, enkä pelkkää markkinointimateriaalia, vaan kaikkea brändiin liittyvää ja sitä rakentanutta. Tutkimuksen rakenne etenee elementti ja aihepiiri kerrallaan markkinoinnin historiasta Polvianderin

²⁶ Pöysä 2010, 335–336.

²⁷ Keller 2013, 31.

kirjailijauraan, lukijatutkimuksiin ja teosanalyysiin, kulttuurisen ympäristön analyysiin, tutkimukseen Polva-kirjojen kohtaamasta kritiikistä ja puolustuspuheenvuoroista.

Vähäisin lähdemateriaali on ollut saatavilla Anni Polva -kirjojen lukijoista. Anni Polvan oletuslukijaa on mahdollista kartoittaa kirjailijan, kustantajan ja yleisten lukijatutkimusten kannalta, mutta omaa ääntä ei lukijoille käytetyistä lähteistä ole löytynyt. Tein tietoisien valinnan olla käyttämättä tutkimuksessa lukijoiden muistitietoaineistoa esimerkiksi kokoamalla sitä itse haastatteleamalla lukijoita. Päädyin tällaiseen ratkaisuun tutkimuskysymyksen tähden. Kun tutkin brändiä, en tutki sitä sellaisena kuin se nyt 2010-luvulla näyttäytyisi entisten ja nykyisten lukijoiden muistikuvissa ja mielleyhtymissä. Anni Polvianderista tehty haastattelumateriaali kelpaa tutkimusaineistoksi, sillä sitä on tukemassa muita varsinaisen tutkimuksen aikarajauksen aikana syntyneitä lähteitä. Lukijoiden haastatteluille ei löytyisi käytettävissä olevista lähdemateriaaleista vertailumateriaalia ja sisäistä lähdekritiikkiä tukevaa materiaalia.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys, brändiin liitetty ajatus heijastumasta ja brändin käyttäjän omakuvasta sekä myyttimarkkinoista, auttaa näkymättömien lukijoiden tutkimisessa. Brändi-identiteetin analyysissä on oleellista tunnistaa Anni Polvan ja kustantajan näkemyksiä ja oletuksia siitä, keitä ja millaisia lukijat olivat. Brändin kohtaaman kritiikin tähden taas on tärkeää tunnistaa kriitikoiden näkemyksiä kirjojen oletuslukijoista. Kaikkiin näihin tutkimuksessa käytettävät lähteet antavat viitteitä. Brändi-imagoa, eli lukijoiden näkemyksiä brändistä, voi lähestyä suosion kautta. Ollakseen niin suosittuja kuin Anni Polva -kirjat olivat, on kirjojen sisällön jollain tavalla kosketettava lukijoidensa maailmaa, vastattava näiden toivekuviin tai resonoitava lukijoita koskettaneiden isojen kulttuuristen teemojen kanssa. Näiden mahdollisten teemojen tutkimisessa käytän lähdemateriaalina Anni Polva -teoksia, niiden päähenkilöitä, teosten teemoja ja juonirakennelmia.

Tutkimuksessa analysoidut Anni Polvan teokset

Anni Polva julkaisi yhteensä 40 viihderomaania. Vuodesta 1945 alkaen hän julkaisi yhden joka vuosi vuoteen 1982 asti ja lisäksi romaanit vuosina 1988 ja 1993. Julkisessa keskustelussa ja kommenteissa Anni Polva -teoksista ei eritelty teoksia nimeltä. Kirjastojen kirjavalinnan ja populaarikulttuurikeskustelun yhteydessä Anni Polva nousi esille nimenä ja hänen romanttisia viihdekirjojaan käsiteltiin tavallaan yhtenäisenä ja samanlaisena tuotteena. *Arvostelevalan kirjahuettelon* kirja-arvioissa Polvan teokset arvioidaan toki yksi

kerrallaan, mutta niissäkin usein viitataan edellisiin teoksiin ja tuotantoon kokonaisuudessaan.

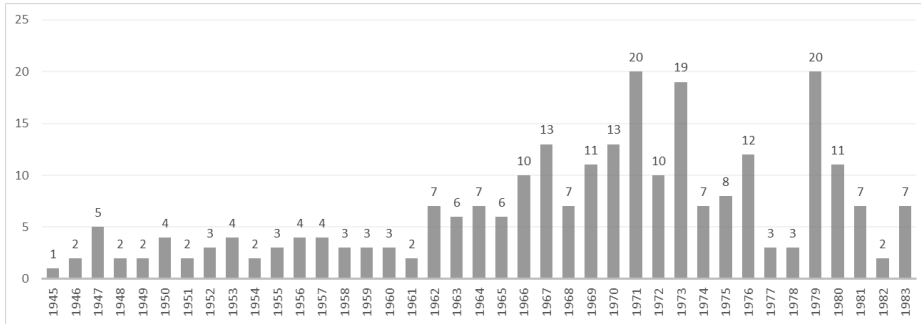
Oletan, että teosten tasalaatuisuudella oli suuri merkitys Anni Polva -brändin rakentumisessa. Tasalaatuisuudella tarkoitan muun muassa samankaltaista kerrontaa, juonirakennelmia, romantiikan konventioiden mukaista loppuratkaisua, kirjojen nimiä ja ulkoasua sekä yhtä lailla tasaista julkaisutahtia joka vuoden joulumarkkinoille. Tasalaatuisuus tarkoittaa kriittisen vastaanoton osalta sitä, että voitiin puhua ”jälleen yhdestä polvasta” sen sijaan, että olisi puhuttu tietyn nimisestä teoksesta.

Olisi houkuttelevaa vetää johtopäätöksiä yksittäisten Polva-kirjojen suosiosta. Käytännössä tällaista tietoa on haastavaa koota erilaisten julkaisumuotojen (nidottu, sidottu, taskukirja, kirjasarja ja myöhemmin kirjakerhojulkaisut) ja painosten kappalemäärien vaihtelevuuden vuoksi. Tutkimustehtävään sopien käsittelen tutkimuksessa Polva-kirjoja yhtenä tuotantona. Sisältöesimerkkejä ja analyysyjä varten olen valinnut kaksi otantaa teoksista.

Ensimmäiseksi olen valinnut neljä samasta pariskunnasta kertovaa romaania. Toisaalta sen tähden, että romaanit *Rakasta minua hiukan* (1945) ja *Anna suukko kultaseni* (1946) olivat Polvianderin kaksi ensimmäistä julkaistua kirjaa, ja siten rakensivat pohjan kirjailijan uralle ja toisaalta myös brändille. Nämä kirjat kertovat Lulun ja Antin suhteesta ja myöhemmin avioliitosta. Saman pariskunnan elämästä Polva kirjoitti myöhemminkin. Otan mukaan näistä romaanit *Minäkö muka mustasukkainen?* (1953) ja *Vanha suola janottaa* (1970). Toinen otanta perustuu teosten näkyvyyteen markkinoilla.

Yksittäisten teosten suosiota on hankala määritellä, mutta teosten levikkiä ja liikkeellä olleita uusintapainoksia voi selvittää ja siten saada selville, mitkä teokset olivat mahdollisesti muita enemmän näkyvillä markkinoilla. Kunkin teoksen julkaisuvuoden painosmäärien sekä uusintapainosten lukumääriä vertailemalla paljastuu, että vuosina 1966–1973 ja 1979–1980 voi sanoa olleen jonkinlaisen Polva-kirjojen julkaisubuumi. Kuviossa 2 kuvataan kirjojen painosmäärät vuodesta 1945 alkaen.

Kuvio 2. Anni Polvianderin viihdekirjojen painosten kappalemäärät (uudet teokset ja uusintajulkaisut) vuosittain 1945–1983



Lähde: Fennica, Suomen kansallisbibliografia -tietokanta. <https://fennica.linneanet.fi>; KA. Kariston kirjallinen osaston arkisto. Arvi A. Karisto Oy:n kirjeenvaihto Anni Polvianderin kanssa 1945–1972.

Suosioista huolimatta Polvan romaanien painosmäärät pysyivät suhteellisen rajattuina ensimmäiset 20 vuotta. 1940-luvulla oli tavallista ottaa joulumarkkinoille yksi tai kaksi painosta uutuusteoksesta ja lisäpainos seuraavana vuonna. 1950-luvulla painosten lukumäärät kasvoivat ja uutuusteoksista otettiin tyypillisesti kolme painosta ensimmäisenä vuonna. Ensimmäisten kahden vuoden jälkeen ei teoksista kuitenkaan yleensä otettu enää uusintapainoksia. Kirjakaupoissa oli näin ollen tarjolla lähinnä kunkin vuoden uutuusromaani ja mahdollisesti vanhojen painosten varastoa.

Vuodesta 1962 alkaen alettiin ottaa uusintapainoksia Polvan vanhoistakin teoksista ja näkyvyys markkinoilla kasvoi. Vuodesta 1966 alkaen uusintapainosten määrät kasvoivat edelleen ja vuosikymmenen loppuun mennessä oli myynnissä uusintapainoksia lähes kaikista aiemmista Polvan romaaneista kunkin vuoden uutuusteoksen lisäksi. Vilkkaimmat vuodet olivat 1971, jolloin liikkeellä on ollut 13 teoksesta uusia painoksia ja vuosi 1973, jolloin liikkeellä oli 17 teoksen painoksia aikaisempina vuosina myymättömien varastojen lisäksi. Vuonna 1973 julkaistiin 29 Polvianderin romanttista viihdekirjaa ja voi olettaa, että lähes kaikkia oli saatavilla ainakin jostain kaupasta Suomessa. Selitys vuoden 1979 julkaisupiikille on kirjakerhopainosten määrässä.

Analysoitavien kirjojen otantaan valitsin neljä teosta, joista oli otettu vuosina 1966–1973 eniten painoksia, ja jotka olivat myös kärjessä, kun verrataan vuodesta 1945 vuoteen 1983 painettuja teoksia. Nämä teokset ovat *En rakastu kiusallakaan* (1966), *Vihaan hameväkeä* (1949), *Et edes huomaa minua* (1960) ja *Etsin miestä itselleni* (1957). Näiden paljon julkaistujen teosten vastapariksi valitsin myös muutaman teoksen, joita ei jostain syystä

juurikaan julkaistu uusintapainoksina 1960-luvun lopulla tai 1970-luvun alussa. Tällaisia vähemmän painettuja teoksia olivat *Rakkaus ajaa ojaan* (1965), josta oli otettu julkaisuvuonnaan useita painoksia, mutta sen jälkeen vain yksi, sekä *Rakkautta ja kaalintaimia* (1961), josta otettiin tutkimuksen aikarajauksen sisällä neljä painosta, mikä oli vähän Anni Polva -kirjaksi.

Tällaisella otannalla mukana on 10 romaania, jotka ajoittuvat vuosiin 1945–1970. Käyn teoksia ja niiden sisältöä läpi esimerkkeinä toisessa pääluvussa ja sen lisäksi viittaan muihinkin teoksiin, joita mainittiin esimerkiksi Polvianderin ja kustantajan välisessä kirjeenvaihdossa.

Kirjojen kansikuvia analysoin luvussa 2. Analysoitavat kansikuvat on valittu mahdollisimman laajalla ajallisella otannalla ja käytännössä valintaan on vaikuttanut mahdollisuus löytää kansipaperillisia kirjoja. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran kirjastossa on saatavilla monta ensipainosta, näiden lisäksi etsin kansipaperillisia teoksia antikvariaateista Suomessa. Kansikuvien otos, 24 kirjaa vuosilta 1950–1972, sisältää kovakantisia nidottuja sekä taskukirjapainoksia. Otannasta puuttuu 1940-luvun kansipaperilliset kirjat, mutta käytännössä tämä ei haittaa sillä brändin muodostumisen kannalta 1950-luvun ja 1960-luvun kirjojen ulkoasu oli merkityksellisempi. Analysoitujen 24 kirjan perusteella voi muodostaa yleiskuvan Anni Polva -kirjojen ulkoasusta.

Aiempi tutkimus

Anni Polvianderista ei ole kirjoitettu monografiaa eikä tehty kirjailijälähtöistä tutkimusta, mutta hänestä on lyhyitä esittelyitä viihdekirjallisuutta käsittelevissä teoksissa. Akateemista tutkimusta on Polvan lastenkirjoista tehty jonkin verran. Päivi Heikkilä-Halttunen on teoksessaan *Kuokkavieraasta oman talon haltijaksi* (2000) analysoinut *Tiina*-kirjoja suhteessa lastenkirjallisuuden kaanoniin. Kaarina Määttä teki 1985 väitöskirjan *Tiina*-kirjojen kielestä ja Myrly Voipio 2015 suomalaisista tyttökirjoista, mukana myös *Tiina*-sarja. Näiden lisäksi varsinkin *Tiina*-kirjoista on tehty useita pro gradu -töitä ja muita opinnäytetöitä. Kaikki edellä mainitut tutkimukset ja opinnäytteet edustavat kirjallisuuden tai kielen tutkimusta. Informaatiotieteiden alalta on Outi Vuorenrinteen väitöskirjatutkimus *Nutturat löystymässä. Kirjavalinnan liberalisoituminen Suomen yleisissä kirjastoissa 1960- ja 1970-luvuilla* (2015), jossa käsitellään myös Polvan romaaneja.

Professori Juhani Niemi on kirjoittanut Polvan kustantajan, Arvi A. Karisto Oy:n historiasta sekä kustantajahistorian *100 vuotta ja 1000 teosta* (2000) että Arvi A. Kariston elämäkerran *Kisällistä kauppaneuvokseksi* (2008). Niemen tutkimus *Populaarikirjallisuus Suomessa* (1984) on aiheen perusteos ja klassikko, samoin hänen *Suomalaisten suosikkikirjat* -teoksensa (1997). Käytän Niemen tutkimuksia lähteenä suomalaisen kustannusalan ja Kariston julkaisupolitiikan osalta sekä hänen steadyseller-määritelmäänsä Anni Polvan teosten sijoittamisessa suomalaiseen suosikkikirjallisuuden kentälle.

Viihdekirjallisuudesta on tehty paljon tutkimusta, ja jonkin verran myös romanttisesta kirjallisuudesta. Näistä lähes kaikki merkittävät tutkimukset ovat kuitenkin lähestyneet teemaa kirjallisuustieteellisin menetelmin. Oman tutkimukseni tuoma lisäarvo aikaisemmalle viihdekirjallisuutta ja -kirjailijoita käsittelevälle tutkimukselle on se, että nostan Anni Polvan kirjailijana uudella tavalla akateemisen tutkimuksen piiriin. Kirjallisuuden kaupallisuutta tai kirjallisuusbrändejä ei ole suomalaisessa historian tutkimuksessa tässä laajuudessa tutkittu. Toivon, että tutkimukseni tarjoaa tuoreen ja perustellun näkökulman suomalaiseen historian tutkimukseen.

Kirjallisuudentutkimuksessa romantiikkaa on tutkittu enemmän. Janice Radwayn *Reading the Romance* (1984) ja Tania Modleskin *Loving With a Vengeance* (1982) ovat varhaisia ja aikanaan merkittäviä keskustelunavaajia, joihin palataan yhä sekä viitaten että kritisoiden. Ruotsalainen kirjallisuudentutkija Maria Nilson esittää, että kun varhaisempi tutkimus keskittyi lukijaan, eikä 1990-luvulla julkaistu kovinkaan paljon romantiikan tutkimusta, keskittyy 2000-luvun tutkimus usein itse tekstiin.²⁸ Pamela Regisin *A Natural History of the Romance Novel* (2003) on kattava ja aiempaa tutkimusta kritisoiva analyysi romantiikan lajityypeistä ja historiasta. Regis kritisoi muun muassa Radwayn ja Modleskin tutkimuksia siitä, että tutkijat tekivät lajityyppejä määrittäviä johtopäätöksiä lopultakin hyvin rajatun aineiston pohjalta. Modleski tutki *Harlekiini*-romaanien lukijoita ja Radway haastatteli tutkimukseensa romantiikan alalajin, historiallisen romantiikan, yhtä lukijaryhmää.²⁹ Regis korostaa omassa tutkimuksessaan lajityypin variaatioita ja monenlaisia alalajeja. Kotimaisessa kirjallisuudessa romantiikkaa on käsitellyt muun muassa Petra Klintrup, joka

²⁸ Nilson 2015, 28–29.

²⁹ Regis 2003, 5–6.

tutki väitöskirjassaan *Kaksi tähteä – komeetta ja tähdenlento* (2011) feministisen kirjallisuudentutkimuksen näkökulmasta Hilja Valtosen ja Aino Räsäsen romaaneja.³⁰

Maria Nilson kirjoittaa romantiikan heikosta arvostuksesta ja romantiikan sijoittamisesta niin sanottuun ”matalaan” kirjallisuuteen. Tämä heijastuu myös aihepiirin tutkimiseen, sillä romanttisen kirjallisuuden lajeihin keskittyminen ei ole Nilsonin mukaan edelleenkään arvostettua tai edistä akateemista uraa.³¹ Samoin kirjoittaa romantiikan kenttää Ranskassa tutkinut Diana Holmes, jonka mukaan kaavamainen ja helppolukuinen romanttinen kirjallisuus on Ranskassa jopa kritisoidumpaa kuin muualla Euroopassa tai yleensä länsimaissa.³² Pyrin tutkimuksessani itse olemaan arvioimatta romantiikkaa hyvänä tai huonona kirjallisuutena tai tekemästä Anni Polva -romaneista arvoarvostelmia. Brändin menestymisen tai brändimielikuvien kannalta ei ole merkitystä sillä, onko brändi omasta mielestäni hyvä tai huono.

Markkinoinnin historiaa on tutkittu jonkun verran Suomessa ja runsaammin kansainvälisesti. Kotimaisesta tutkimuksesta tärkein yleisesitys on Visa Heinosen ja Hannu Konttisen *Nyt uutta Suomessa! Suomalaisen mainonnan historia* vuodelta 2001. Jukka Kortti on tutkinut erityisesti televisiomainontaa teoksessa *Modernisaatiomurroksen kaupalliset merkit: 60-luvun suomalainen televisiomainonta* (2003), Kaarina Kilpiö puolestaan mainosmusiikkia tutkimuksessaan *Kulutuksen sävel – Suomalaisen mainoselokuvan musiikki 1950-luvulta 1970-luvulle* (2005). Kirjailijabrändien tutkimuksessa merkittävä on Tarja-Liisa Hypénin *Minä olen imagoni – Jari Tervon tuotanto, brändi ja kirjailijuus* vuodelta 2015. Hypénin tutkimus edustaa kirjallisuudentutkimusta, fokuoituen toisaalta vastaanottotutkimukseen, reseptiohistorialliseen tutkimukseen ja kirjailijakuva-tutkimukseen. Koska kirjallisuuden ja kirjailijoiden suhdetta brändeihin on tutkittu Suomessa todella vähän, on Hypénin tutkimus merkittävä omalle tutkimukselleni erityisesti aiheen rajauksen kannalta. Hypén tutkii kirjailijakuvaa ja rinnastaa tutkimuksessaan brändin tekijänimenä tuotemerkkiin. Hän rajaa brändin yläkäsitteeksi, jonka alla oleva kirjailijanimi voi toimia tuotemerkkinä ja liittää brändin käsitteeseen laajan tunnettuuden.

³⁰ Klintrup 2011.

³¹ Nilson 2015, 21–24.

³² Holmes 2006, 2.

Tietyllä tavalla omankin tutkimukseni voisi tulkita reseptiohistorialliseksi tutkimukseksi, mutta sillä erolla, että en tutki henkilöbrändiä enkä vastaanottoa kirjallisuustieteellisin metodein. Tässä tutkimuksessa tulkitsen brändin laajemmin kuin Hypén esittää. En rinnasta sitä tavaramerkkiin eikä sen edellytyksenä ole laaja tunnettuus, vaikka Anni Polva -teoksiin liittyikin suuri suosio. Käytän brändiä käsitteenä väljemmin ja myös hankalammin määriteltävänä. Analysoin brändin käsitettä ja markkinoinnin historiallisia juuria tarkemmin seuraavassa luvussa *Brändi tutkimuksen työkaluna*.

Brändi tutkimuksen työkaluna

Brändin on pitkään ymmärretty merkitsevän yrityksen jollekin tuotteelle rakentamaa tunnistettavuutta, nimeä ja ulkoasua. 2010-luvulla brändiä käytetään monipuolisesti ja laajasti strategisen markkinoinnin ja yleensä liiketoiminnan tärkeänä työkaluna. Valtioilla on brändityöryhmiä, asiakaskokemuksia brändätään, samoin yrityksiä, organisaatioita, palveluja, tuotteita ja henkilöitä. Brändin näkökulmasta voi tarkastella lähes mitä tahansa asiaa.³³

Brändien historian varhaisvaiheet sijoitetaan 1800-luvun lopulle ja 1900-luvun alkuun, jolloin erityisesti Yhdysvalloissa useat yrittäjät alkoivat ymmärtää brändätyn kuluttajatuotteen edut liiketoiminnan kannalta. Tuotemerkkien historia liittyy käsityöläisten ja varsinkin savenvalajien tapaan painaa tunnistettava merkki kulhoon tai savilamppuun laadun ja tekijän takeeksi. Tällaisia merkkejä on löydetty niin antiikin ajalta Euroopasta kuin varhaisista kiinalaisista keramiikkatuotteista. Keskiajalla alettiin merkata monia muita tuotteita valmistajan leimalla, osin laadun merkiksi osin esimerkiksi kiltajärjestelmän tähden. Englannissa 1266 määrättiin lailla, että leipureiden pitää laittaa jokaiseen leipään oma merkkinsä näkyviin, huijausten estämiseksi. Samanlaisia määräyksiä oli muun muassa kulta- ja hopeaseppien tuotteille.³⁴ Varsinaisen brändien ajan voi katsoa alkaneen 1800-luvun lopulta 1900-luvun alkuun muun muassa sellaisten yritysten kuten Coca-Cola, Gillette, Heinz ja National Biscuits Company toiminnasta.³⁵

³³ Rindell 2008, 2–3.

³⁴ Keller 2013, 62.

³⁵ Keller 2013, 61–64.

Brändien rakentamiseen liittyi 1900-luvun alussa muun muassa aggressiivinen ja usein kekseliäs mainonta, brändien edistämiseen sitoutunut yritysten johto, uudenlainen pakkaussuunnittelu, uudet markkinoinnin kanavat, myyntiketjujen uudenlainen rakentuminen ja tuotteiden tasalaatuisuuteen panostaminen. Uutta oli se, että kuluttajille nämä brändituotteet näyttäytyivät selkeästi muusta tarjonnasta erottuvina. Kun kuluttajat kokivat tuotteet uudennlaisina, erottuvina ja omanlaisinaan, tuottajat ottivat samalla täysin uudennlaisen vastuun tuotteista. Brändi merkitsi jotain, ja kuluttaja saattoi olettaa ostamansa tuotteen olevan juuri sellainen, jota odottikin. 1900-luvun taitteessa kuluttajatuotteiden samanlaatuisuus ei vielä ollut asia, johon olisi sitouduttu tai totuttu – siksi tasalaatuisuus nousikin tärkeäksi brändin määrittäjäksi.³⁶

1900-luvun ensimmäiset vuosikymmenet olivat varsinkin Yhdysvalloissa markkinoiden valtaamisen aikaa.³⁷ Markkinoinnin keinoja koeteltiin, uudet tuotteet valtasivat alaa, mutta monet vanhat brändit säilyttivät valta-asemansa. Yrityksissä brändien hallintaan alettiin kiinnittää enemmän huomiota. Tämä näkyi organisaatorakenteissa ja ammattinimikkeissä. Usko mainostoimistojen osaamiseen ja myynninedistämiseen kasvoi, ja toimistoja perustettiin yhä enemmän ja niiltä ostettiin brändeihin liittyviä palveluita, esimerkiksi markkinatutkimuksia, markkinoinnin suunnittelua, tuotetestausta, pakkaussuunnittelua, kohderyhmien analysointia, myyntiesitteiden suunnittelua, promootiokampanjasuunnittelua ja media-analyysyjä. 1900-luvun alun intuitiivinen ja usein yritysjohtajien omaan bisnesälyyn pohjautuva toiminta väistyi 1920-luvulle tultaessa suunnitelmallisen ja tutkimukseen pohjautuvan eli niin sanotun tieteellisen markkinoinnin tieltä.³⁸

Markkinoinnin tehoa todisti esimerkiksi 1923 julkaistu yhdysvaltalais tutkimus, jossa tuhat haastateltua tunnisti eri brändejä erittäin hyvin. Kahdenkymmenen tunnistetuimman brändin joukossa oli monta vielä nykyäänkin markkinoilla näkyvää brändinimeä, kuten Ford, Heinz, Colgate, Campbell, Singer, Kellogg's, Goodyear ja Camel.³⁹

Samalla kun yrityksissä haettiin yhä enemmän kasvua tuotteiden brändäämisellä, markkinointitutkimuksessa alettiin määritellä brändin olemusta. Jo 1910-luvulla ja varsinkin

³⁶ Low & Fullerton 1994, 174–176.

³⁷ Wilkie & Moore 2012, 53–73.

³⁸ Low & Fullerton 1994, 177.

³⁹ Low & Fullerton 1994, 177–178.

1920-luvulla tehtiin muutamia tapaustutkimuksia, joissa analysoitiin brändituotteita ja niiden tunnettuutta. Brändin merkitys nähtiin varsinkin kuluttajien luottamuksen eli niin sanotun laatumielikuvan rakentajana. Vielä 1920-luvulla tunnettuus ja tunnistaminen olivat brändituotteen merkittävin ominaisuus. 1900-luvun alun yhdysvaltalaiset markkinoinnin tutkijat ymmärsivät ja määrittivät siten brändin identifioijaksi. Yritykset osoittivat brändeillä omistajuutta ja vastuuta tuotteiden laadusta. Tutkijat keskittyivät vertailemaan brändäytyjen ja brändäämättömien tuotteiden eroja. Fokus oli tuotteissa ja yrityksen toiminnassa, eikä kuluttajaa vielä tuolloin nähty arvontuottajana.⁴⁰

Brändi voidaan määritellä hyvin monella tavalla. Jean-Noël Kapfererin mukaan brändi ei ole tuotteen nimi, vaan tuotteiden ja palveluiden ajurina toimiva visio. Hän nimittää visiota brändin identiteetiksi, joka heijastaa uskomuksia ja ydinarvoja, joita brändiin halutaan liittää. Brändille määritellään identiteetti, joka sitten tuodaan markkinoille positioimalla. Identiteetti ja positiointi ovat keskeisiä Kapfererin brändin määritelmään liittämiä termejä.⁴¹ Samaa korostavat David A. Aaker ja Erich Joachimstaler esittäessään, että vahvalla brändillä pitää olla kirkas brändi-identiteetti eli rypäs assosiaatioita, joita brändistrategi pyrkii joko ylläpitämään tai rakentamaan.⁴² Kevin Lane Keller määrittelee brändin tuote-termin kautta. Tuotteita voivat olla niin varsinaiset perinteisesti tuotteiksi käsitetyt esineet ja objektit kuin myös esimerkiksi palvelut, henkilöt, yritykset ja organisaatiot, maat, poliittiset tai yhteiskunnalliset aatteet ja ideat. Brändin ja tuotteen erottaa Kellerin mukaan se, että brändi on enemmän kuin tuote. Brändi rakentaa ominaisuuksia, joilla tuote erottuu muista samaan tarpeeseen tarkoitetuista tuotteista, nämä erottavat tekijät voivat olla aineellisia tai aineettomia ja liittyä tuotteen ominaisuuksiin tai siihen, mitä brändi edustaa.⁴³

Douglas B. Holtin mukaan brändi syntyy vasta kun useat ”kertojat” kertovat tarinoita, johon brändi sisältyy. Näitä kertojia on Holtin määritelmässä neljä tahoja: yritykset, kulttuuriteollisuus, välittäjät kuten myyjät tai kriitikot ja asiakkaat. Jälkimmäiset erityisesti silloin, kun he muodostavat brändin ympärille yhteisöjä. Näiden eri kertojien painoarvo

⁴⁰ Merz, He & Vargo, 2009, 330.

⁴¹ Kapferer 2008, 171.

⁴² Aaker & Joachimsthaler 2000, 74.

⁴³ Keller 2013, 30–31.

vaihtelee kategorioittain.⁴⁴ Holt korostaa brändin syntymekanismeissa yksilön näkemysten sijaan kollektiivista näkemystä ja brändin vahvuutta silloin, kun kerrottuja tarinoita aletaan pitää totuutena. Ikonisiksi brändeiksi nousevat ne brändit, joista syntyy jonkin ryhmän arvokkaana ja tärkeänä pitämien arvojen osalta eräänlainen kollektiivinen konsensus.⁴⁵

Brändeihin liittyvät toimenpiteet nähtiin aikaisemmin yleensä yrityksestä ulospäin suuntautuvana toimintana ja viestintänä, jolla pyrittiin vaikuttamaan kuluttajaan tai muihin sidosryhmiin. Kaiken ytimessä oli tuote, jonka menestystä rakennettiin jakeluverkoston toimivuudella ja mainoskampanjoilla.⁴⁶ Pitkään vallalla olleesta ajattelumallista, jossa asiakas nähdään toiminnan objektina, on siirrytty 2000-luvulla enenevästi asiakaskeskeiseen näkemykseen. Yritysten brändityöstä vastaavat osaavat jo kysyä mitä ihmiset tekevät brändeillä ja miten he brändimielikuvia muodostavat.⁴⁷

Ymmärrys siitä, mikä brändi on ja miten se toimii, on muuttunut paljon viimeisten sadan vuoden aikana. 1900-luvun alusta noin 1930-luvulle käytettiin brändiä lähinnä tuotteiden tunnistamisessa ja erottamisessa, kun taas 1930-luvulta 1990-luvulle brändin rakentamisen taustalla vaikutti ajatus arvon tuottamisesta.⁴⁸ Merkittävä ajatuksellinen muutos tuotelähtöisestä palvelulähtöiseen ajatteluun on tapahtunut vähitellen 1980-luvulta eteenpäin ja tullut näkyväksi 2010-luvulla. Tuotelähtöisessä ajattelussa asiakkaan saaman arvon tulkitaan syntyvän suoraan tuotteesta. Palvelulähtöisessä ajattelussa arvon tulkitaan rakentuvan monimutkaisemmin, vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa ja tuote, joka on omalla tavallaan ymmärrettävä palveluksi, on vain osa kokonaisuutta, vaikkakin tärkeä osa.⁴⁹

Ensimmäisinä tämän muutoksen kuvasivat Stephen L. Vargo ja Robert F. Lusch 2004 julkaistussa ja paljon sekä kritiikkiä että kannatusta kirvoittaneessa artikkelissaan markkinoinnin paradigman muutoksesta kohti palvelulähtöistä mallia (SDL eli Service-

⁴⁴ Holt 2004, 2–3.

⁴⁵ Holt 2004, 3–4.

⁴⁶ Kapferer 2008, 138.

⁴⁷ Rindell 2008, 3.

⁴⁸ Merz, He & Vargo 2009, 329.

⁴⁹ Merz, He & Vargo 2009, 329.

Dominant Logic). Vargo ja Lusch määrittivät palvelun erilaisten tekojen, prosessien ja suoritteiden myötä toteutuvaksi tietojen ja taitojen sovellukseksi. Aikaisempi tuotelähtöisyys pohjautui Vargon ja Luschin mukaan malthusilaiseen maailmankuvaan ja käsitykseen materiaaleista ja hyödykkeistä, joiksi ihminenkin liike-elämän logiikassa ymmärrettiin. Käsite asiakas määrittyi samalla tavalla kuin resurssit, tekemisen kohteena, segmentoitavana tai vallattavana. Toiminnallisista resursseista siirryttiin palvelukeskeisen logiikan myötä operatiivisiin resursseihin eli siihen, millaisia tietoja, taitoja ja tulevaisuuden tekemisiä resurssit mahdollistavat.⁵⁰

Tällä muutoksella on käsillä olevan tutkimuksen kannalta iso merkitys sille, miten brändin käsitettä voi käyttää työkaluna historiallisen ilmiön analysointiin. Vaikka ajanjakso, jota tutkimuksessa käsitellään, oli tuotelähtöisen markkinoinnin aikakautta myös Suomessa, käytetään työkaluna 2000-luvulla yleistynyttä käsitystä brändistä monimuotoisena suhteena. Anni Polva -romaneja tulkitaan enemmän palveluna ja tunteita herättäneenä ilmiönä kuin pelkinä kirjatuuksina. Toisaalta Vargon ja Luschin kuvaama muutos tuotelähtöisyydestä palvelulähtöiseen markkinointiajatteluun rakentaa tutkimuksen teoreettista viitekehystä toisellakin tavalla. Anni Polva -brändin brändi-imago ja brändiin kohdistunut kritiikki heijastivat monin tavoin tuotelähtöisen ajattelun aikaa ja maailmankuvaa. Näihin palataan tutkimuksen viimeisessä luvussa.

Anni Polva -brändin taustalla vaikutti toimijoina sekä kirjailija Anni Polva että hänen kustantajansa Arvi A. Karisto Oy. Kustantamoja voi analysoida paitsi liikeyrityksinä, myös kulttuurisina toimijoina ja kirjallisen maun ja laadun muokkaajina ja tuottajina. Sosiologi John B. Thompson jakaa 2000-luvun kustantamoiden avainresurssit taloudelliseen, sosiaaliseen ja symboliseen pääomaan sekä henkilöstöön ja aineettomaan pääomaan.⁵¹ Vaikka Thompson analysoi angloamerikkalaista kustannusalaan, sopii edellä mainittu jaottelu hyvin muinakin aikoina ja muilla kulttuurialueilla vaikuttaneisiin kustannusalan toimijoihin. Toki eri avainresurssien merkitykset ja käytännöt ovat vaihdelleet eri aikoina. Anni Polva -brändiä ajatellen keskeinen tarkasteltava resurssi on kustantamon symbolinen pääoma.

⁵⁰ Vargo & Lusch 2004, 1–17.

⁵¹ Thompson 2010, 4–14. Aineeton pääoma sisältää muun muassa erilaiset sopimukset ja julkaisuoikeudet.

Thompsonin mukaan symbolinen pääoma rakentuu arvovallasta, tunnustuksista ja maineesta, joka yritykselle on kertynyt.⁵² Symbolisen pääoman merkitystä ja siihen mahdollisesti liittyviä trendejä tai muutoksia suomalaisissa yrityksissä on tutkittu vähän. Jonkinlaisen suuntaviivan tähän antaa Jukka Jalavan, Pirkko Aulin-Ahmavaaran ja Aku Alasen tutkimus, jossa he esittävät, että suomalaisten yritysten investoinnit ovat muuttuneet 1970-luvulta 2000-luvulle painottomammiksi. Aineettomien investointien kokonaismäärä on kasvanut vuosikymmenten myötä, vaikka niiden osuus investoinneista on vaihdellut. Jalava, Aulin-Ahmavaara ja Alanen käyttävät brändipääoman käsitettä ja johtavat sen suoraan markkinointiin ja mainontaan käytetyistä kuluista.⁵³ Tällainen määrittely on periaatteiltaan hyvin erilainen kuin se, miten tässä tutkimuksessa määritetään brändi, mutta tutkimus antaa silti suuntaviivan sille, miten markkinoinnin investoinnit ovat kasvaneet 1970-luvulta eteenpäin. Käytännössä brändien arvon arviointiin alettiin kehittää työkaluja ja arviointikeinoja vasta 1980-luvulla ja silloinkin kirjanpidon ja verosuunnittelun tarpeista lähtien.⁵⁴

Markkinointi-instituutin Tietopalvelu julkaisi 1975 tutkimuksen mainoskustannusten kehityksestä 1970-luvulla. Tutkimuksessa korostetaan, että vaikka mainonnan kustannukset kasvoivat merkittävästi vuodesta 1970 vuoteen 1975, siitä ei voi päätellä volyymin muutoksia, ainoastaan kustannusten nousun. Kiinnostavaa tässä tutkimuksessa on ”below-the-line-kustannuksiksi” nimetty arvio muista kuin mediamainonnan kuluista. Tutkimuksessa mainitaan, että tämä ensimmäisen kerran Suomessa mainonnan kuluissa laskettu osuus on aiheuttanut arvostelua ja tulosta pidetty liian suurena. Vuonna 1975 kustannuksissa oli muihin markkinointitoimenpiteisiin kuin mediamainontaan arvioitu noin 20% kaikista kustannuksista.⁵⁵ Vaikka luku on viitteellinen, se kertoo mainonnan ja markkinoinnin kustannusten rakenteesta 1970-luvulla. Suurin osa tekemisestä tarkoitti edelleen mainontaa lehdissä, televisiossa ja radiossa. Joukko- ja ryhmäristisiteinä lähetetty suoramainonta edusti uusia markkinoinnin keinoja. Lisäksi tutkimus paljastaa, että vielä vuonna 1975 ei yritysten aineettomien investointien laskeminen ollut välttämättä edes

⁵² Thompson 2010, 8–10.

⁵³ Jalava, Aulin-Ahmavaara & Alanen 2007, 9.

⁵⁴ Seddon 2013, 12–14.

⁵⁵ Mainonta 1975, 4.

mahdollista tai perustui erilaisiin arvioihin. Tarkkaa mittaria ei kustannusalan tai muidenkaan suomalaisten yritysten symbolisen pääoman muutoksista ole saatavilla.

Symbolisella pääomalla on merkittävä rooli yrityksen taloudellisessa menestyksessä millä tahansa toimialalla, mutta kustannusalalla se on erityisen iso.⁵⁶ Kustannusalalla kyse on laajalti mielikuvista ja tunteista, mutta myös konkreettisista asioista: palkinnoista, arvostelumenestyksistä ja esimerkiksi uusista kirjailijalöydöistä.

Hyvä esimerkki kustantamon symbolista pääomaa heijastavasta yritysbrändistä ja sen houkuttelevuudesta on Anni Polvan ensimmäisen julkaistun käsikirjoituksen tarina. Polva tarjosi käsikirjoitustaan ensin WSOY:lle, sillä kustantamolla oli tuolloin maine yhtenä Suomen parhaana kustantamona. ”*Kaikkihan sinne lähettivät*”, hän kertoi myöhemmin.⁵⁷ Sama syy, joka todennäköisesti houkutti Polvan kokeilemaan ensin tätä kustantamoa, oli luultavasti syy myös siihen, ettei WSOY halunnut julkaista käsikirjoitusta. Kirjallisena johtajana vuodesta 1945 alkaen toiminut Martti Haavio halusi tehdä pesäeron sota-ajan viihdetulvaan, ulkomaisille bestsellereille ja ”keskinkertaiseksi romaanirihkamaksi” nimittämilleen kotimaisille viiheromaaneille.⁵⁸ Kyse oli siitä, millaisena kustannustalona WSOY halusi tulla ja tuli nähdä. Yrityskuvasta, josta nykyisin voisi käyttää käsitettä yritysbrändi.

Polva sai käsikirjoitukseensa kohteliaan vastauksen, jossa häntä kehoitettiin lähettämään teksti jollekin viihteellistä kirjallisuutta julkaisevalle kustantajalle.⁵⁹ Polva valitsi hämeenlinnalaisen Kariston. Kustantamona Arvi A. Karisto Oy oli maineeltaan vähemmän juhlava kuin WSOY ja profiloitunut kaupallisuutta kaihtamattomana maakunnallisena

⁵⁶ Thompson 2010, 7–8.

⁵⁷ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁵⁸ Häggman 2003, 87–88.

⁵⁹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

kustantamona, jonka tarjonta oli laaja-alaista monella tapaa.⁶⁰ Polvasta tuli yksi Kariston menestyneimmistä kirjailijoista.

Symbolisen pääoman merkitystä arvioidessaan Thompson huomauttaa, että paitsi yritykset myös kirjailijat voivat rakentaa omaa symbolista pääomaansa. Hyvin myyvistä suosikkikirjailijoista voi tulla omia brändejään ohi kustantamojen. Tällaisia ovat olleet esimerkiksi Stephen King ja J. K. Rowling. Kun supersuosituksen kirjailijan maine ja lukijakunta alkaa kasvaa, se voi samalla vähitellen irtautua kustantamon brändistä ja lopulta tulee siitä riippumattomaksi. Tällaisten kirjailijoiden neuvotteluasema sopimustilanteissa on vahva, sillä jo brändi itsessään takaa toimivat jakeluverkostot ja lukijoiden kiinnostuksen.⁶¹

Myös populaarikirjallisuuden historiaa tutkinut Clive Bloom pitää suosikkikirjailijoita brändiniminä ja näiden romaaneja brändituotteina. Tällaisia tunnistettavia kansainvälisiä brändinimiä Bloomin mukaan ovat esimerkiksi Agatha Christie, Ian Fleming, Jackie Collins, Stephen King ja Catherine Cookson.⁶² Bloomin esille nostamat kirjailijat tuovat mieleen tunnistettavan tyylin, lajityypin ja lajityyppiin kohdistuvat lukijoiden odotukset, mutta vain jos kirjailijan nimi ja hänen teoksensa ovat tuttuja. Suurin osa kirjallisuutta lukevista tunnistanee Agatha Christien ja osaa yhdistää hänet salapoliisiromaaneihin. Jackie Collins ja Catherine Cookson alkavat jo niminä haalistua, mutta edelleen monet romanttisen viihteen lajityypin tuntevat osaavat yhdistää nämä nimet romantiikkaan. Ian Flemingin romaanejakaan ei ehkä lueta enää kuten 1960-luvulla, mutta useimmat osaavat yhdistää hänet silti agentti James Bondiin. Bond-hahmo on todennäköisesti nykyään tunnetumpi elokuvista kuin alkuperäisistä Flemingin kirjoista. Flemingin kuoleman jälkeen Bond-kirjoja julkaistiin lisää ja edelleen julkaistaan elokuvien tahdissa, osa sovituksina elokuvista, osa itsenäisinä kirjoina. Tämä kertoo siitä, miten bestsellerkirjan alkuperäinen kirjoittaja voi kuolla, mutta kirjailijoiden luomat henkilöt, heidän käyttämänsä tarinatyyppit ja juonikuviot jatkavat elämäänsä tarinoina kirjoissa ja muissa medioissa.

Kirjailijabrändejä on tutkittu viime vuosina myös Suomessa. Esimerkkinä tästä Tarja Hypénin tutkimus *Minä olen imagoni* (2015) kirjailija Jari Tervosta sekä Jussi Ojajärven, Erkki Seväsén ja Liisa Steinbyn toimittama tutkimuskokoelma *Kirjallisuus*

⁶⁰ Niemi 2000, 18–44, 66–69.

⁶¹ Thompson 2010, 9.

⁶² Bloom 2002, 16.

nykykapitalismissa (2018). Tutkimuksessa brändit ja kirjailijan työ yhdistetään kulttuurin tuotteistumisen, tavarautumisen ja uusliberalistisen globaalin markkinatalouden analyysissä. Kulttuurinen brändääminen liitetään kapitalismin toimintalogiikkaan sekä 1980-luvulta eteenpäin nähtyyn muutokseen kulttuurin ja kirjallisuuden teemoissa sekä toimintatavoissa.⁶³ Kirjailijoiden työn markkinoitumista sekä muutoksen kytköksiä 1900-luvun lopulta alkaen kasvaneeseen uusliberalismiin analysoivat muun muassa Elina Arminen, Sanna Karkkulehto ja Ilmari Leppihalme.⁶⁴

Karkkulehto ja Leppihalme tunnistavat 2000-luvun kirjallisuudesta lukuisia esimerkkejä, joissa kuvataan taiteilijoiden kokemusta julkisuutta muovaavassa tuotantokoneistossa ja sitä ”*miten kirjallisuus on vaarassa viihteellistyä ja pinnallistua ja miten kirjailijoiden pitäisi muokata itsestään oman elämänsä markkinamiehinä ja brändääjiä*”.⁶⁵ Tutkijat nostavat esimerkeiksi oman työnsä brändääjistä muun muassa Kauko Röyhkän ja Hannu Raittilan, jotka ovat julkisuudessa kertoneet tekevänsä taitelijatyötään ansiotyönä. He tulkitsevat nämä indikaattorit esimerkkinä taiteellisen työn kehysten muutoksesta prekarisoituneessa ja markkinoituneessa kirjallisessa kulttuurissa, jossa kirjailijan työ on sidottu epävarmaan ansaintaan.⁶⁶ Arminen puolestaan viittaa Elina Jokisen väitöskirjassaan analysoimiin kirjailijaihanteisiin, jotka muovautuivat 1960-1980-lukujen hyvinvointivaltion aikana, jolloin pyrittiin valtion tuella takaamaan kirjailijoiden suhteellinen autonomia.⁶⁷

Tulen osoittamaan, että myös Anni Polvan kokemus kirjoittamisestaan ja hänen motiivinsa ajanvietteen ja viihteen tuottamiselle perustuivat vahvasti oman työn myymiselle ja siten ”markkinoitumiselle”, vaikka Polva ei tätä teemaa itse julkisesti sen tarkemmin käsitellyt. Polva ei rakentanut itsestään taiteilija- tai kirjailijakuvaa julkisesti tai pohtinut nykykirjailijoiden tapaan omaa ansaintaa ja itsensä myymisen teemoja, saati Karkkulehdon ja Leppihalmeen analysoimaa diskurssia ihmissuhteiden tavarautumisesta tai kirjailijan ”huoraamisesta”. Polva käsitteli raha-asioita, pärjäämistä ja kirjoittamisen taloudellisia motiivejaan päiväkirjoissaan ja jossain määrin myös kirjeenvaihdossa kustantajan kanssa.

⁶³ Ojajärvi, Sevänen & Steinby 2018, 7–46.

⁶⁴ Kts. Arminen 2018; Karkkulehto & Leppihalme 2018.

⁶⁵ Karkkulehto & Leppihalme 2018, 275.

⁶⁶ Karkkulehto & Leppihalme 2018, 280.

⁶⁷ Arminen 2018, 309.

Julkisessa puheessa Polva rakensi lähinnä puolustusta kirjoihinsa kohdistuneelle kritiikille, erityisesti brändin jo muotouduttua 1970-luvun alkuvuosina.

Vaikka omalla tavallaan Anni Polvan henkilökohtainen kokemus on tulkittavissa samankaltaiseksi kuin nyt 2010-luvulla omaa taiteilijuuttaan brändäämisen ja myymisen kautta käsittelevillä ja roolia myös parodioivilla kirjailijoilla, ei Anni Polva -brändissä kuitenkaan ollut kyse henkilö- tai kirjailijabrändistä, vaan pikemminkin tuotebrändistä. Tuotebrändin tärkeä markkinoinnillinen elementti oli toki brändin nimi Anni Polva, mutta brändissä oli kyse laajemmasta ja eri tyyppisestä ilmiöstä kuin pelkästä kirjailijabrändistä.

Käyn seuraavassa lyhyesti läpi brändin rakentamisen teoriaa ja keskeisiä brändiin liitettyjä elementtejä. Ihannetilanteessa brändin rakentaminen lähtee brändi-identiteetin määrittelystä. Brändi-identiteetti voidaan ymmärtää brändiin liitettyjen mielleyhtymien kokonaisuudeksi, jonka brändin omistaja haluaa luoda ja ylläpitää.⁶⁸ Brändi-identiteetillä tarkoitetaan brändin omistajan tekemää määrittelyä, joka sitten konkretisoidaan esimerkiksi erilaisilla viestinnän ja palvelun muotoilemisen keinoilla. Sitä, miten asiakkaat ja muut sidosryhmät kokevat ja näkevät brändin, kutsutaan brändi-imagoksi tai brändimielikuvaksi. Identiteetin ja imagon ero on siten katselukulmassa.

Identiteetin määrittelyn tueksi toki tehdään erilaisia analyysejä asiakkaista, kilpailijoista, markkinakentästä yleensä.⁶⁹ Brändin rakentamisen malleissa identiteetin määrittelyn jälkeen seuraa brändistrategian toteutus, joka on käytännössä paljon muuta kuin mainostamista. Tässä viestinnässä ja rakentamisen vaiheessa brändin positiointi on tärkeässä roolissa. Positioinnilla eli asemoinnilla pyritään vaikuttamaan siihen, miten asiakas sijoittaa mielessään palvelun tai tuotteen kilpailijoihin nähden.⁷⁰

Käytännössä brändin rakentamisessa eri vaiheet limittyvät ja vaihtelevat, eikä minkään brändin suunnittelu tai viestiminen liene yhtä suoraviivaista kuin malleissa. Strategian suunnittelua on vaikea erottaa toteutuksesta.⁷¹ Kulttuurisen brändinrakentamisen viitekehyksen mukaan brändin pitäisi aina elää ajassa ja reagoida varsinkin isoihin kulttuurisiin muutoksiin, jotka väistämättä heijastuvat brändimielikuviiin. Siksi brändi-

⁶⁸ Kapferer 2008, 172–175.

⁶⁹ Kapferer 2008, 171–182.

⁷⁰ Keller 2013, 79–84.

⁷¹ Aaker & Joachimsthaler 2000, 71.

identiteettiä tarkastellaan ja strategiaa uudistetaan säännöllisesti. Näin ainakin hyvin johdettujen ja menestyneiden brändien kohdalla.

Anni Polva -brändin rakentumisen tutkimisessa pyrin paikantamaan lähdemateriaalista tilanteita ja näkemyksiä Polva-kirjojen systemaattisesta toimitusprosessista, sisällön laadun ja rakenteen yhdenmukaisuudesta ja monista muista elementeistä, joiden perusteella voi jäljittää Anni Polva -kirjojen tuotantostrategiaa ja tavoitteellista brändimielikuvan rakentamiseksi tulkittavaa toimintaa ja sen mahdollisia muutoksia ajan kuluessa.

Brändi-identiteetti on kaiken brändityön ytimessä ja siltä edellytetään monipuolisuutta ja syvyyttä. Brändi-identiteetti on paljon enemmän kuin pelkkä tunnuslause.⁷² Aakerin ja Joachimsthalerin mukaan brändi-identiteetin on toteutuessaan tarkoitus rakentaa brändin ja asiakkaan välille suhde luomalla arvoväittämä.⁷³ Aaker määrittelee brändi-identiteetin neljästä osa-alueesta: brändistä tuotteena, organisaationa, henkilönä ja symbolina. Kuhunkin neljään osa-alueeseen liittyy useita osatekijöitä, esimerkiksi ominaisuudet ja laatu brändin tuotteena ja persoonallisuus sekä asiakkaan ja brändin välinen suhde brändiin henkilönä. Brändin perusolemus on Aakerin mallissa yksi brändin sielun kiteyttävä ajatus. Brändiä ei kuitenkaan voi sellaisenaan tiivistää yhteen tunnuslauseeseen, eikä brändin arvolupausta pitäisi käsittää vain tuoteominaisuuksien hyödyillä. Tunnepohjaiset hyödyt ovat paljon monikäyttöisempiä ja kestävämpiäkin kuin tuotteen ominaisuuksiin sidotut brändin osatekijät, mutta ilman vähintään yhtä merkittävää toiminnallista hyötyä brändi on hyödytön.⁷⁴ Esitän tutkimuksessa, että Anni Polvan omissa kommenteissa toistuivat kirjojen tunnepohjaiseksi hyödyksi tulkittavat näkemykset ilosta, hauskuudesta ja arjen huolista vapaasta lepohetkestä, jonka kirjan lukeminen soisi. Samat teemat kääntyivät myös brändin kritiikiksi varsinkin 1970-luvun alun kulttuurikeskustelussa.

Brändin positiointi tarkoittaa sen kilpailijoista erottavien ja asiakkaille houkuttelevien piirteiden korostamista sekä myös liittämistä haluttuun kategoriaan tai tuoteyhteyteen. Positiointi perustuu oletukseen, että kaikki kuluttajavalinnat tehdään vertaillen. Positioinnissa brändille esitetään kysymyksiä: miksi, milloin, kenelle ja ketä vastaan.⁷⁵

⁷² Aaker & Joachimsthaler 2000, 71.

⁷³ Aaker & Joachimsthaler 2000, 71.

⁷⁴ Aaker & Joachimsthaler 2000, 80-81.

⁷⁵ Keller 2013, 79.

Palvelun tai tuotteen ympärille rakennetut merkit ja merkitykset sekä mielikuvat positioivat brändin asiakkaan mielessä, siksi on tärkeää ymmärtää, mitä asiakkaiden mielessä liikkuu ja millaisia ennakko-odotuksia heillä on.

Anni Polva -kirjojen positiointia analysoidaan tutkimuksessa kustantajan tekemän markkinointiviestinnän avulla ja verrataan Polvan teoksia saman kustantajan tähtinimen Aino Räsäsen kirjojen viestintään ja asemointiin romantiikkana. Toisaalta olennainen kehys, johon Polva-kirjat varmasti vertautuivat, oli yleisemminkin lukijoiden ennakko-odotukset romantiikasta ja romanttisen tarinan tyypillisistä juonenkäänteistä. Anni Polva noudatti romantiikan tyypillisiä juonirakenteita ja teemoja, mutta joskus myös leikitteli niillä. Tutkimuksessa käsitellään teosten rakennetta osana Anni Polvan asiakaslupausta.

Brändi rakentuu lopulta aina arvojen ympärille. Mitä yhdenmukaisempia arvoja brändiin liitetyt fyysiset ja symboliset elementit ja markkinointiviestit sekä valitut kanavat välittävät, sitä vahvempi ja arvokkaampi brändi on.⁷⁶ Sen sijaan määrittelemättömän tai keskenään ristiriitaisia arvoja viestivän brändin elinkaari on lyhyt. Esimerkkinä tästä toimii Volvo. Volvon brändiin rakennettuna arvona on turvallisuus, joka voidaan toki ymmärtää myös brändin lupaamaksi toiminnalliseksi hyödyksi. Jos nämä autot häviäisivät jatkuvasti turvallisuusvertailuissa ja niiden kuljettajille sattuisi keskimääräistä enemmän onnettomuuksia, ei brändi toimisi. Brändin mukaista on, että auto on teknisesti turvallinen. Voi tietysti pohtia, rakentavatko brändiä vielä enemmän autojen ostajat, jotka valitsevat automerkin, koska he ovat turvallisuushakuisia ja ehkä heidän liikennekäyttäytymisensäkin on vastuullisempaa.

Tässä tutkimuksessa analysoidaan Anni Polva -brändin sisältämiä arvoja useista näkökulmista. Toisaalla ovat teokset ja niiden kertomat tarinat. Toisaalla lukijat ja heidän arvomaailmansa, siinä määrin kuin lukijoita voi tunnistaa. Anni Polvan muistelmat, haastattelut ja muu lähdemateriaali avaavat kirjailijan arvomaailmaa. Tärkeä näkökulma on Polva-kirjojen herättämä kritiikki. Kysymykset, mitä arvoja Polva-kirjojen koettiin uhkaavan tai loukkaavan ja miksi teoksia lopulta kritisoitiin, avaavat ovia brändin sisältämiin arvoihin.

⁷⁶ Keller 2013, 73, 132.

Onnistunut brändi viestii yhdenmukaisista arvoista ja saa sidosryhmiltään vastakaikua vuoropuhelun myötä. Huonosti rakennettu ja väärin positioitu brändi ei herätä vastakaikua. Joskus voi myös käydä niin, että brändin herättämät mielikuvat jossain sidosryhmässä ovatkin ihan toista kuin brändille toivottu imago. Mielikuvat voivat myös olla yksipuolisia, ohuita tai vanhentuneita. Joskus taas brändi muuttuu nimenä universaaliksi, vaikka alkuperäinen tuote tai yritys on hävinnyt markkinoilta, kuten Lahden Saapas ja Lapikasteollisuus Oy:n tuotemerkki Mono, joka vuosikymmenten jälkeenkin merkitsee suomen kielessä hiihtokenkää.⁷⁷

Anni Polva -brändin tärkeä elementti oli sen kohtaama kritiikki. Kriittinen vastaanotto, joka näkyi varsinkin kirjastojen kirjavalinnassa ja siitä käydyssä julkisessa keskustelussa, toimi toisaalta brändiä uhkaavana mutta samalla myös Polvan omaa asennoitumista ja kirjojensa puolustamista edistävänä. Tähän keskusteluun palataan erityisesti tutkimuksen kuudennessa pääluvussa.

Romanttinen viihdekirjallisuus tutkimuskohteena

Anni Polvan romanttiset viihdekirjat olivat osa tunnistettavaa kirjallista jatkumoa ja rakkausviihteen eli romantiikan perinnettä. Oletan tutkimuksessani, että romanttisen tarinan ja romanttisen komedian elementit vaikuttivat vahvasti lukijoiden ja kirjallisuuden ammattilaisten ennakko-odotuksiin Polva-kirjoille ja siten osaltaan loivat Anni Polva -brändiä. Brändin kannalta on iso merkitys sillä, miten Anni Polva -kirjat tulivat positioituiksi lukijoiden ja kriitikoidenkin mielissä. Myös itse kirjojen teemojen ja rakenteiden kannalta on tärkeää taustoittaa lajityypin konventioita ja niiden historiallisia taustoja.

Romantiikan ja romanttisen viihteen konventiot ovat syntyneet historiallisessa ajassa ja paikassa, ja ovat siten väistämättä kulttuurisidonnaisia.⁷⁸ Toistettavan kaavan olemassaolo ja sen noudattaminen sekä niin sanotun kaavan universaalius ovat kuitenkin teemoja, joista

⁷⁷ Leppänen 2016, 13–14.

⁷⁸ Bloom 2002, 23–24.

varsinkin kirjallisuudentutkijat ovat paljon keskustelleet tutkimuksissaan.⁷⁹ Kirjallisuudentutkija Clive Bloomin mukaan populaarikirjallisuus, joksi romantiikka luetaan, on jossain määrin aina lajityyppien ja näiden konventioiden vanki. Lukijat peilaavat tarinoita jatkuvasti ja usein tiedostamattaankin lajityyppien konventioihin ja siihen, miten teos noudattaa näitä odotuksia.⁸⁰

Erilaisten arkkityyppisten kertomusten juonirakenteita paljon analysoinut kirjailija Kurt Vonnegut piirsi suosituimpien tarinoiden juonista kuvaajia ja totesi ironisesti, että nämä yksinkertaisilta näyttävät tarinan kaaret ovat vapaata riistaa ja jokainen voi halutessaan ottaa sellaisen ja tienata miljoonan.⁸¹ Bloom puolestaan rinnastaa kirjailijan pyrkimyksen osata kirjoittaa ja luoda uudelleen arvostettujen edeltäjien, lajityypin luojien tai suunnannäyttäjien rakentamat konventiot Graalin maljan etsintään.⁸² Bloomin näkemystä tulkiten voi olettaa, että viihdekirjan kirjoittajalla on lähtökohtaisesti tavoitteena tietynkaltainen tarina ja suosio. Tässä viihdekirjallisuuden kirjoittaminen rinnastuu kiinnostavasti brändin rakentamisen malleihin, joissa tekemisen lähtökohtana on analyysi asiakkaasta ja tämän tarpeista ja toiveista sekä näistä rakennettu visio.

Romantiikan tärkeä teema on rakkaus, mutta mistä puhumme, kun puhumme rakkaudesta? Rakkaus on inhimillinen tunne, mutta sosiaalisena ja kulttuurisena ilmiönä käsitettynä siihen liittyy paljon muutakin. Vallitsevat rakkaushanteet kertovat yksilöiden keskinäisistä sekä yksilön ja yhteisön välisistä suhteista ja ilmiöistä kuten yksityisyys, itsenäisyys ja valta. Rakkaushanteisiin on sitoutuneena myös seksuaalisuuteen liittyviä arvoja, normeja ja odotuksia. Tärkeä näkökulma rakkauteen ovat parisuhteeseen ja perheeseen kohdistuvat ihanteet. Käytän tutkimuksessa sosiologi Anthony Giddensin määrittelemää romanttisen rakkauden käsitettä. Giddensin mukaan romanttisen rakkauden ihanne ilmentyi 1700-luvulta

⁷⁹ Muun muassa tutkijat Pamela Regis, Maria Nilsson ja Terri Glitre ovat käyneet tutkimuksissaan läpi genren ja kaavan eroja sekä kaavan toistumista ja sen kytköksiä historiallisiin tilanteisiin. Kaikkiin viitataan tässä luvussa.

⁸⁰ Bloom 2002, 1–28.

⁸¹ Kurt Vonnegut on the shapes of stories. Vimeo-verkkopalvelu (katsottu 15.4.2018)
URL: <https://vimeo.com/53286941>

⁸² Bloom 2002, 23.

alkaen erityisesti kirjallisuudessa.⁸³ Romanttinen rakkaus tarjosi yksilölle keinon järjestää mennyttä ja tulevaa aikaa liittämällä itse ja tärkeä toinen henkilökohtaiseen elämäntarinaaan. Rakkaus näyttäytyi paitsi yksilön elämänhallintana, myös ”kertomuksena meistä kahdesta”.⁸⁴ Romanttinen rakkaus linkittyy länsimaisen yhteiskuntaan liitetyn modernisaation käsitteeseen ja teoriaan yksilöllistymisestä.

Useat tutkijat katsovat, että 1900-luvun länsimaisen romanttisen viihteen juuret ovat 1700-luvulla muotoutuneessa romaanissa. Näin esittää esimerkiksi romantiikan historiaa tutkinut Pamela Regis, joka tutkimuksessaan *A Natural History of a Romance Novel* (2003) käy läpi lukuisia kirjallisuudentutkimuksia siitä, miten romantiikka muotoutui 1700-luvulla.⁸⁵ Ennen 1700-luvun romaanin ja myös Giddensin määrittelemän romanttisen rakkauden syntyä romantiikan lajityyppi eli silti monessa muodossa. Kirjallisuudentutkija Diana Holmes esittää, että romantiikka on periaatteessa kaikkein vanhinta kirjallisuutta Euroopassa. Kun ensimmäisiä ei-latinankielisiä kertomuksia alettiin kirjoittaa 1100-luvulla, ne perustuivat vanhoihin legendoihin ja käsittelivät rakkaustarinoita. Kuuluisin näistä lienee *Tristan ja Iseult* (*Isolde*), joka Holmesin mukaan on eräänlainen romantiikan perusmyytti ja alkutarina.⁸⁶ Kirjallisuudentutkijat tunnistavat romantiikan taustalla myös muun muassa feodaaliajan kansansadut ja trubaduurilyriikan. Satuperinteellä on ollut vaikutusta erityisesti romanttisen tarinan tyypilliseen juonirakennelmaan ja romantiikan suosioon. Moderni romanttinen tarina on kuin realismin läpi siivilöitynyt kansansatu, sanoo kirjallisuudentutkija Bridget Fowler.⁸⁷

Romanttisen rakkauden ihanne oli myös vahvasti kietoutunut odotuksiin miehen ja naisen rooleista. Viktoriaanisen keskiluokan naisihanne oli äiti, kodin hengetär ja empaattinen vaimo, nainen, joka toimi kansakunnan moraalisenä tukipylväänä kodin ytimeä käsin. Jotta julkinen elämä, tehtaas ja markkinat saattoivat toimia ja talous kukoistaa, piti kodin tarjota mentaalinen levähdyspaikka ja moraalinen tuki niin työmiehelle, tehtailijalle kuin

⁸³ Giddens (1992) 1995, 39–40.

⁸⁴ Giddens (1992) 1995, 39–40.

⁸⁵ Regis 2003, 53–62.

⁸⁶ Holmes 2006, 5–6.

⁸⁷ Fowler 1991, 12.

kauppiaalle. Käytännössä tätä ihannetta pystyi kuitenkin tavoittelemaan vain paremmin toimeentuleva keskiluokka.⁸⁸ Yläluokka puolestaan oli osittain ihanteen ulkopuolella ja samalla sen keskiössä. Englantilainen keskiluokka oli tekemässä itsestään universaalia ja siksi esimerkiksi George Eliotin romaaneissa ajatukset luokasta ja politiikasta ovat näkymättömissä. Keskiluokkaa edustavat päähenkilöt näyttäytyivät romaaneissa luokattomina ja ”luonnollisina” historian subjekteina.⁸⁹

Vaikka kahdenkeskisyys oli ihanteen keskeinen elementti, romanttisen rakkauden ihanne tuki myös modernisoituvan yhteiskunnan jakautumista yksityiseen ja julkiseen elämänpiiriin. Ihanne toimi siltana yhteiskuntaideaalin tärkeiden toimintaympäristöjen välillä: salongin ja konttorin, lastenhuoneen ja tehtaan, keittiön ja kaupan. Ihanteiden tasolla julkinen, maskuliini elämänpiiri, oli rationaalisen, taloudellisen ja materiaalisen edistyksen lippulaiva. Yksityinen, feminiini elämänpiiri, puolestaan tunteiden ja koti-ideaalin muodostama satama. Edellisissä virkkeissä käyttämäni metaforat ovat esimerkkejä siitä, miten monimuotoisesti romanttisen rakkauden ihanne rakentui. Ihanteesta viestivät niin metaforat, ristipistokirjaillut huoneentaulut, näytelmät ja kuvataide, puhumattakaan kaunokirjallisuudesta.

Romanttisessa ihanteessa korostui henkisyys eikä intiimi kahdenkeskisyys tarkoittanut seksuaalista halua vaan ”sielujen yhteyttä”. Romanttisen rakkauden ihanne oli siten korostetun henkinen ja ylevä asettautui ihanteen tasolla seksuaalisuuden edelle, jopa ihanneavioliitossa. Naisen roolina oli toimia moraalinvartijana. Giddens korostaa, että kysymys oli myös yksilöllisyydestä ja identiteetistä. Yksilöllä, miehellä tai naisella, oli rakkausihanteen kautta mahdollisuus täydentää toisen myötä oman identiteetin puutteita.⁹⁰ Vaikka romanttinen siten rakensi modernia länsimaista yksilöllisyyttä ja identiteetin eheyttä, se käytännössä myös edisti kaksinaismoraalia absoluuttisen sukupuolimoraalin vaatimuksellaan ja samalla esti yksilöllisyyden, erityisesti naisilta, rajaamalla mahdollisuuksia olla oman elämänsä vapaa subjekti.

Viktoriaaninen absoluuttinen sukupuolimoraali alkoi muuttua 1900-luvun ensimmäisinä vuosikymmeninä, osin naisliikkeen, osin hygieni- ja terveystiikkeen vaikutuksesta.

⁸⁸ Davidoff & Hall 2002, 13–35.

⁸⁹ Homans 1993, 156.

⁹⁰ Giddens 1992, 27–34.

Edelleen seksuaalisuus oli suljettu avioliittoon, mutta nyt positiivisemmassa valossa kuin aikaisemmin. Suuri vaikuttaja tähän oli ehkäisyn keinojen ja yleensä tietämyksen laajempi leviäminen Euroopassa ensimmäisen maailmansodan jälkeen. Yhtenä indikaattorina oli englantilaisen Marie Stopesin myyntimenestys *Married Love* vuodelta 1918. Teos oli ensimmäisiä laajalle levinneitä julkaisuja, joka pyrki parantamaan naisen asemaa avioliitossa pamfletoidessaan tasa-arvoisen seksuaalisuuden ja ehkäisyn puolesta. Kirja oli Englannissa parjattu ja se joutui jopa julkaisukieltoon, mutta samalla siitä myytiin satoja tuhansia kopioita ja käännettiin lukuisille kielille, myös suomeksi vuonna 1925 nimellä *Aviopuolisot*. Teos oli Suomessakin niin suosittu, että siitä otettiin nopeasti neljä painosta ja vielä 1933 viides ja 1940-luvun alussa kaksi painosta lisää.

Giddensin määrittelemänä romanttinen rakkaus perustuu vahvasti viktoriaaniseen kulttuuriin.⁹¹ Suomi oli toki kulttuurisesti hyvin erilainen maa kuin Iso-Britannia vielä 1940-luvulla, puhumattakaan 1800-luvun yhteiskunnasta. Hypoteesini on silti, että romanttisen rakkauden ihanne ylitti länsimaissa kulttuuriset rajat ja sen keskeisenä kuljetusastiana toimi romanttinen ajanviette ja -viihde.

Anthony Giddensin mukaan romanttinen rakkaus oli vallitsevana parisuhteen ihanteena länsimaissa vielä 1950-luvulla, mutta 1960-luvulta alkaen ihanne alkoi muuttua. Yksilöllisyys ja tasa-arvo olivat sisältyneet romanttisen ihanteeseen 1700-luvulla, mutta käytännössä ne alkoivat näkyä vasta aidossa ihmissuhteessa, joka korvasi 1900-luvun loppua kohden romanttisen rakkauden parisuhteen ihanteena. Giddensin määrittelemänä aito ihmissuhde (pure relationship) toteutuu kun yksilöt ryhtyvät sosiaaliseen suhteeseen suhteen itsensä tähden. Tärkeää on se, mitä yksilö saa itselleen suhteen tarjoamasta vuorovaikutuksesta ja suhde jatkuu vain niin kauan kuin se pysyy molempien mielestä tyydyttävänä. Muutoksena aikaisempaan oli tasa-arvon ja yksilön autonomian vahvistumisen lisäksi parisuhteen päättymisen mahdollisuus.⁹² Antropologi Charles Lindholmin mukaan romanttisen rakkauden uskottavuus mureni 1960-luvulta eteenpäin lisääntyneen tasa-arvon ja varsinkin rakkauden kaupallistumisen myötä.⁹³ 1900-luvulla sama ihanne tuotti ja vahvisti moraalikoodistoja ja kulttuurisia symboleja, mutta myös

⁹¹ Giddens 1992.

⁹² Giddens 1992, 58, 92–93.

⁹³ Lindholm 2006, 6.

synnytti kaupallisia tuotteita. Yksi tärkeimmistä symbolien ja koodistojen tuottajista oli jo itsessään kaupallinen tuote, eli romanttinen tarina eri muodoissaan.

Parisuhteen ihanteet ja romanttisen rakkauden malli heijastuivat kertomuksissa, joita romanttisessa kirjallisuudessa käsiteltiin. Hollywoodin romanttisia komedioita tutkinut Kathrina Glitre korostaa, että lajityypit muuttuvat ajassa. Jokainen uusi teksti toistaa joitain lajityypin elementtejä ja vaihtelee toisia. Vaikka konventiot periytyvät ja toistuvat yli ajan, ei ole takuuta siitä, että niiden funktio ja merkitys pysyvät samoina.⁹⁴ Glitre erottaa 1900-luvun romanttisissa tarinoissa kaksi erilaista lajityyppiä: romanttisen komedian ja romantiikan. Erona lajeissa on suhtautuminen pääparin rakkauteen: Romantiikassa rakkauteen suhtaudutaan vakavammin kuin romanttisessa komediassa. Romanttinen hakee kyyneleitä ja romanttinen komedia naurua.⁹⁵ Anni Polvan romaanit liittyivät näistä kahdesta teemasta selkeämmin romanttisen komedian lajityyppiin, kun taas esimerkiksi hänen kirjailijakollegansa Aino Räsäsen romaanit tulivat lähemmäs perinteistä romantiikkaa.

Anni Polva -kirjojen edustaman lajityypin määrittelyä voi analysoida *Kirjastolehden* liitteenä julkaistun *Arvostelemaan kirjaluetteloon* kirjoitetuista kirja-arvioista. *Arvosteleavassa kirjaluettelossa* julkaistiin lyhyt arvio lähes kaikista suomeksi julkaistuista romaaneista ja näiden arvioiden perusteella toteutettiin myös kirjastojen kirjavaliintaa. Seuraavaan taulukkoon on otettu vuosina 1947–1976 suomeksi julkaistusta kaunokirjallisuudesta Anni Polvan, Aino Räsäsen, Netta Musketin ja Sergeanne Golonin teoksista kirjoitetut arviot sekä vertailuksi kaikki muut teokset, joiden arvostelusta saattoi päätellä kyseessä olleen romanttisen kirjallisuuden piiriin väljästikin sijoittuva teos.⁹⁶ Arvostelut jakautuivat seuraavasti (Taulukko 1).

⁹⁴ Glitre 2006, 10–11.

⁹⁵ Glitre 2006, 10–11.

⁹⁶ Eila Pennanen nostaa *Suomen kirjallisuus VIII* -teoksessa (1970) ajanvietteen katsauksessaan Anni Polvan ja Aino Räsäsen suomalaisen rakkausromaanin isoimmiksi nimiksi. Netta Musket ja Sergeanne Golon puolestaan esiintyivät *Arvostelemaan kirjaluettelon* lisäksi monissa muissa lähteissä tyypillisinä rakkausromaanien kirjoittajina.

Taulukko 1. Romanttisen ajanvietteen arviot Arvosteleva kirjaluettelo -julkaisussa 1945–1974

Teokset	Arvosteluja yhteensä, kpl	Ajanviete tai viihde	Neutraali	Kriittinen	Ei selvää määritelmää
Polva, Räsänen, Golon ja Muskett	79	18 %	42 %	10 %	30 %
Vertailuryhmä	83	30 %	23 %	5 %	42 %

Lähde: *Arvosteleva kirjaluettelo*, kirjallisuusarvostelut 1945–1974.

Ajanviete tai viihde -sarake sisältää arviot, joissa arvosteltava kirja selkeästi määritellään näillä termeillä, esimerkiksi muodossa *ajanvieteteromaani*, *viihderomaani* tai siitä käytetään yleistä termiä *viihde*. Termien käytössä näkyy ero ajallisesti. Ajanviete-termiä käytettiin 1950-luvun alkuun saakka ja *viihde*-termiä taas viimeistään 1960-luvun alusta eteenpäin.

Neutraali-sarakkeessa on mukana arvostelut, joissa teoksesta käytettiin esimerkiksi termiä *kirja*, *teos*, *lukeminen*, *tarina* tai *kertomus*. Näissä arvioissa saattoi olla hyvin kriittinen sisältö ja monesti kirjoittaja saattoi tehdä jopa tietyllä tapaa pilaa teoksesta, mutta käytti siitä silti neutraalia määritelmää. Kriittinen-sarake sisältää ne muutamat arviot, joissa teosta nimitettiin arvottavasti, kuten esimerkiksi *tuotteeksi* ja *kauppatavaraksi*, kuten Golonin muutamaa romaania. Polvan romaaneja ei nimitetty näin, mutta hänen romaaneistaan käytettiin muun muassa nimityksiä *tyylivirhe*, *lemmenluritus* ja yhdessä arvioissa *mokoma*, viitaten teoksen nimeen. Vertailuryhmän arvioissa oli tällaisia nimityksiä: *kyhäelmä*, *tekele*, *välipala* ja *mitättömyys*.⁹⁷

Arvostelevan kirjaluettelon arvostelijakuntaan valittiin eri alojen asiantuntijoita ja kirjailija-kriitikoita, myös kirjastoalan edustajia. Outi Vuorenrinteen mukaan kirjastonhoitaja ja kirjallisuusarvostelija Kerttu Manninen kirjoitti eniten arvosteluja julkaisuun 1960-luvulla.⁹⁸ Polvan romaaneja arvioivat Mannisen lisäksi muun muassa kirjallisuuskriitikko Kauko

⁹⁷M-a K-a [Maija Kauttua]: Arvostelu Tauno Himmin kirjasta *Rakas entinen vaimoni*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1953, 53; M-a K-a [Maija Kauttua]: Arvostelu Ernst Sarinin kirjasta *Pohja pettää*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1953, 53; A. R:suo [Alpo Routasuo]: Arvostelu Wodehousen kirjasta *Aina vain paranee*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1953, 47; K.M. [Kerttu Manninen]: Arvostelu Hildegard Erlundin kirjasta *Tyttö ja hattu*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1963, 68.

⁹⁸ Vuorenrinne 2015, 156.

Kula, kouluneuvos Kaarina Ranta, kirjastontarkastaja Vappu Karjalainen, äidinkielen opettaja Marja Paavolainen ja filosofian maisteri Alpo Routasuo sekä kirjastonhoitajat Vuokko Blinnikka ja Kari Vaijärvi.

Arvosteleva kirjaluetelo -julkaisun arviot antavat suuntaa sille, että suomalaiset kirjallisuusalan ammattilaiset jättivät määrittelemättä teosten genren. Arvioista selviää myös se, että 1940-luvulta 1970-luvulle käytettiin hyvin harvoin romantiikka- tai rakkausromaani-termiä mistään kirjasta. Esimerkiksi Polvan, Räsäsen, Golonin ja Musketin teokset on myöhemmin tulkittu romanttiseksi kirjallisuudeksi, mutta tuota termiä eivät *Arvostelevan kirjaluetelon* arvioijat juuri käyttäneet.

Vaikka aikalaisarvostelijat eivät käyttäneet termiä, se ei tarkoita, että Polvan romaanit eivät istuisi romantiikan lajityyppiin monella tapaa. Romantiikka on termi, jonka on helppo ymmärtää kattavan niin vakavan romanttisen tarinan kuin romanttisen komedian. Nilssonin määrittelemänä romantiikka-termiä voikin käyttää sateenvarjona lajityypille, joka sisältää eri aikoina mukaan tulleita ja eri tavoin eri ajassa tulkittuja elementtejä.

Suomessa rakkausviihde alkoi yleistyä 1910-luvulta eteenpäin, vaikka rakkauskertomuksia oli julkaistu jo aiemminkin. Rakkausviihteen varhainen tähtinimi Suomessa oli 1910- ja 1920-luvuilla saksalainen Hedvig Courths-Mahler, jonka miljoonia myyneet romaanit olivat tyyliltään kristillismoraaliseen eetokseen pohjautuvia. Erityisen suosittu Courths-Mahler oli 1920-luvulla ja mieslukijoitakin hänellä oli runsaasti ensimmäisen maailmansodan rintamilla.⁹⁹ Nämä romaanit edustivat romantiikkaa, jossa kertomuksen sankaritar on suhteellisen passiivinen ja jättäytyy usein sankarin pelastettavaksi ja tätä sankaritarta on verrattu 1920-luvun populaarikulttuurin urbaaniin polkkatukkaiseen flapper-hahmoon, johon kohdistui paljon ennakkoluuloja.

Courths-Mahlerin yhteiskunnallista muutosta vastaan asettuvan sankarittaren lisäksi ensimmäisen maailmansodan jälkeisen ajan moderni romantiikka esitteli aktiivisen, keskiluokkaisen ja monella tavalla uudenlaisen sankarittaren. Ulkomaista kirjailijanimistä tällainen sankaritar seikkaili muun muassa brittiläisen Berta Ruckin ja norjalaisen Sigrid Boon romaaneissa. Suomessa uuden romantiikan menestynein edustaja oli 1926

⁹⁹ Jones 2005, 233.

esikoisromaaninsa julkaissut Hilja Valtonen. Valtosen romaaneista tuli 1920-luvun lopulla ja 1930-luvulla myyntimenestyksiä ja kirjailija sai lisänimen *painosten herratar*.¹⁰⁰

Kaikilla merkittäväillä kotimaisilla kustantajilla oli 1920-luvulta eteenpäin omat viihdenimensä. Otavalla eniten myyviä kirjailijoita olivat Hilja Valtonen sekä Hilja Haahti, jonka kristilliset ja kotikeskeiset romaanit myivät todella hyvin, mutta rakkausviihdettä ne eivät Valtosen kirjojen tapaan olleet. Vasta 1970-luvulla Otava sai seuraavan todella menestyneen ajanvietteen tulkitun kirjailijan Laila Hietamiehen (nykyinen Hirvisaari). Pertti Lassila luokitteli vuonna 1990 julkaistussa *Otavan historiassa* Hietamiehen ajanvietekirjailijaksi, vaikka Hietamies kirjoitti kertomakirjallisuutta, jota ei voi mitenkään laskea samaan lajityyppiin esimerkiksi Polvan tai Valtosen kanssa.¹⁰¹

WSOY julkaisi 1920- ja 1930-luvuilla ehkä lähimpänä Hilja Valtosen tyyliä olevia käännösromaanija kirjailijoilta Berta Ruck, Sigrid Boo ja Gunnar Widegren. 1940-luvulla WSOY:n linja viihteen suhteen tiukkeni ja ulkomaisen käännöskirjallisuuden edustajiksi nousivat romantiikan sijaan muun muassa Agatha Christien dekkarit.¹⁰² Christietä olivat julkaisseet sotien välisenä aikana myös Otava ja Schildt, ja WSOY aloitti Christien julkaisemisen 1936, mutta vasta 1950-luvulla käännöksiä ilmestyi joka vuosi, vilkkaimpana vuotena jopa 9 eri nimikettä vuodessa. Salapoliisiromaanija merkittävämpi tulo saattoi silti tulla WSOY:n oppikirja- ja tietokirjatuotannosta sekä Mika Waltarin ja Väinö Linnan tuotannosta, eikä kustantajan siksi tarvinnut julkaista samassa mitassa varsinaiseksi ajanvietteeksi nimettyä kirjallisuutta kuin esimerkiksi Tammi.

WSOY:n linjasta täysin toisenlaisen suunnan otti Gummerus, joka oli profiloitunut modernin kotimaisen kaunokirjallisuuden julkaisijaksi vielä 1930-luvulla, mutta joka taloudellisten vaikeuksien ja johtajavaihdoksen myötä muutti kustannusstrategiansa selkeästi kaupalliseksi ja käännöskirjallisuuden suuntaan.¹⁰³ Gummeruksen suuri menestys romantiikan alueella oli ruotsalaisen Birgit Sparren kartanoromantiikkaa edustava *Diana-*

¹⁰⁰ Kts. esimerkiksi Kytönen 1998.

¹⁰¹ Lassila 1990, 415–417.

¹⁰² Häggman 2003, 87.

¹⁰³ Hellemann 2002, 205–208. Gummerus jatkoi myös kriittisenä kustantajana, esimerkkinä Pentti Saarikosken tekemä *Kravun kääntöpiirin käännös*, josta kustantaja joutui oikeuteen ja kirjan painos takavarikoitiin.

sarja. Siinä missä WSOY:n johto halusi tietoisesti pestä romanttisen kirjallisuuden pois tarjonnasta, Gummeruksen johtaja Mauno Salojärvi toi avoimesti esille romanttisten ”naistenromaanien” merkityksen kustantamolleen.¹⁰⁴ Myös Tammella oli runsaasti romantiikkaa tarjonnassaan. Heillä suosittuja olivat johtaja Untamo Utrion päiväperhosiksi nimittämät Netta Muskettin romaanit.¹⁰⁵ Toinen suosittu Tammen nimike oli Sergeanne Golon -pseudonyymillä julkaistu *Angelica*-kirjasarja. Näiden lisäksi Tammi julkaisi paljon muutakin romanttista käännöskirjallisuutta.

Romantiikan tyypilliset juonirakenteet

Romantiikkaan on kriittisissä kommenteissa usein mainittu tarinoiden samankaltainen juonirakenne ja kaavamaisuus. Tämä argumentti näkyi myös *Arvostelevan kirjaluetellon* Polva-arvioissa. Esimerkiksi Kerttu Manninen kirjoitti vuonna 1961 *Rakkautta ja kaalintaimia* -romaanista, että muutaman kirjan lepotauon jälkeen oli ankeana todettava Polvan talleavan entisiä latujaan sisukkaasti, ”(...) mutta nyt jo väsähtäneen tuntuisena, vaikka tokihan moinen kirjasta kirjaan jatkuva miehen kalastaminen ketä tahansa uuvuttaisi”.¹⁰⁶

Lajityyppejä on kritisoitu siitä, että se ei muutu, vaikka yhteiskunta ympärillä muuttuu.¹⁰⁷ Pamela Regis sanoo tätä väärinkäsitykseksi, sillä hänen mukaansa romantiikka elää ajassa. Esimerkiksi 2000-luvun sankarittaret ovat aktiivisia ja tarttuvat toimeen, eivätkä odottele prinssseja pelastamaan itseään. Suomalaisessa romantiikassa aktiiviset ja tilanteisiin tarttuvat naiset ovat olleet mukana jo Hilja Valtosen hyvin myyneissä romaaneissa ja myös Anni Polvan tyypillinen naishahmo toimii pikemminkin kuin odottelee. Eila Pennanen käyttikin kirjallisuushistoriassa Polvan hahmoista adjektiiveja estoton ja aktiivinen, joskin myös tyhmä, tietämätön ja teeskentelevä.¹⁰⁸

¹⁰⁴ Hellemann 2002, 209.

¹⁰⁵ Hellemann, Manninen & Utrio 1967, 66.

¹⁰⁶ K.M. [Kerttu Manninen]: Arvostelu Anni Polvan kirjasta *Rakkautta ja kaalintaimia*. *Arvosteleva kirjaluetello* 1961, 118.

¹⁰⁷ Nilson 2015, 28–30. Regis 2003, 3–16, 31.

¹⁰⁸ Pennanen 1970, 309–310.

Maria Nilson muistuttaa, että romantiikan lajityypillä on monia eri alalajeja ja tulkintoja siitä, mitä romantiikka on, mutta silti voidaan tunnistaa tiettyjä elementtejä, jotka toistuvat läpi alalajien ja tietyllä tapaa myös läpi aikojen.¹⁰⁹ Tyypillisiä elementtejä romantiikassa ovat nainen tarinan keskeisenä henkilöhahmona, sankarin ja sankarittaren¹¹⁰ välille kehittyvä rakkaus, sankariparin keskinäinen kosiskelu ja onnellisen lopun sinetöivä kihlaus. Tarinan sankarittaren suhde yhteiskuntaan ja sen asettamiin normeihin on Regisin mukaan myös ollut oleellinen osa romantiikkaa.

Kihlaus tai avioliitto romanttisen tarinan lopputulemana on ollut lähes aina tarinatyypin juonirakenteessa mukana, oli sitten kyse saduista, romanttisesta komediasta Shakespearen tapaan tai varsinaisesta romantiikaksi tulkitusta kirjallisuudesta 1800-luvulta alkaen. Kun sadussa prinssi saa puoli valtakuntaa ja prinsessan, romantiikassa sankaritar saa haluamansa miehen ja usein myös haluamansa kodin ja tulevaisuuden. Nyt 2000-luvulla ei romantiikassa rajoituta enää heteroseksuaaliseen ja monogaamiseen avioliittoon tai sen tavoitteluun, mutta ainakin 1970-luvulle asti oli vallitsevassa länsimaisessa ilmapiirissä erittäin harvinaista romantiikassa voida avoimesti kuvata esimerkiksi sankarittaren rakastumista toiseen naiseen.¹¹¹

Pamela Regis väittää, että tarinan subjektin muutos miehestä naiseksi ja toisaalta onnellinen loppuratkaisu olivat syynä romantiikan suosioon 1700-luvun varhaisista romaaneista alkaen. Avioliiton ehdottomuus teki aviomiehestä naisen elämän tärkeimmän valinnan, jos kyse oli valinnasta eikä pakosta tai perheiden sopimasta avioliitosta. Romantiikka tarjosi tarinoita, joissa nainen vaikuttaa päätökseen, tekee valinnan ja saa itselleen parhaan ehdokkaan.¹¹²

¹⁰⁹ Nilson 2015, 16–19.

¹¹⁰ Sankaritar-termi on osaltaan hyvin vanhanaikainen, mutta perusteltu kun tutkimuskohteena on 1900-luvulla julkaistut suositut romanttiset kirjat. Nainen enemmän kuin päähenkilönä, sankarittarena, on romantiikan lajityypin yleisin konventio. Vasta 2000-luvulla lajityyppi on monipuolistunut ja sisältää monia erilaisia alalajeja ja henkilöhahmojen monipuolistumisen. Kts. esimerkiksi Nilson 2015.

¹¹¹ Ensimmäinen avoin kahden naisen välisen rakkauden kuvaus romanttiseksi määriteltävässä kirjassa on Patricia Highsmithin 1953 julkaisema *The Price of Salt*, jota hänen oma kustantajansa ei suostunut kustantamaan vaan kirja julkaistiin salanimellä toisen kustantajan toimesta.

¹¹² Regis 2003, 57–58.

Avioliittovalinta ei ole vain 1700- tai 1800-luvun romantiikan taustalla, vaan esimerkiksi Riitta Jallinoja on osoittanut puolison valinnan merkityksen myös 2000-luvun taitteen suomalaisessa yhteiskunnassa. Avioerojen määrän jatkuva kasvu on tehnyt avioliiton osapuolen valinnasta vuosikymmen vuosikymmeneltä korostuneempaa ja riskialttiimpaa. Avioliitto on yksi nykyajan suurimmista riskeistä, sanoo Jallinoja.¹¹³ Jallinoja osoittaa myös, että yhteiskunnallisista ja kulttuurisista muutoksista huolimatta edelleen 2000-luvulla aviopuoliso tulee valituksi omasta yhteiskuntaluokasta ja ”säädyistä”, vain perustelut valinnalle ovat erilaiset kuin esimerkiksi sääty-yhteiskunnan aikana. Luokka-asema muuttui 1900-luvun lopun perusteluissa henkilökohtaisiksi ominaisuuksiksi ja sopivan puolison pohdiskelun kriteeristö on yllättävänkin paljon samankaltainen kuin kauan sitten. Näin varsinkin koulutettujen ja hyvin toimeentulevien keskuudessa. Aikaisemmin luokka- ja sääty-samankaltaisuus puolison valinnan tavoitteena näkyi voimakkaimmin yläluokkien ja akateemisen koulutustaustan omaavilla, kun taas työntekijä- ja maaseudun maattomien kohdalla aviopuoliso samasta luokasta ei ollut välttämättä tavoite, vaan realiteetti.¹¹⁴

Suurimmassa osassa Anni Polvan romaaneista kerrotaan naisesta, joka löytää ”elämänsä miehen”. Osa romaaneista kuvaa myös avioliittoa, jossa erinäisten vaiheiden jälkeen kadonneeksi luultu rakkaus löydetään uudelleen.

Kovin suurta tulkinnallista tiikerinloikkaa ei tarvitse tehdä havaitakseen yhteyden kansansatujen sankari-konna ja 1900-luvun rakkausviihteen sankaritar-sankari asetteluissa. Siinä, missä satu etenee sankarin ja konnan välisestä yhteenotosta toiseen, kulkee romanttinen kertomus sankarittaren ja aluksi yleensä hankalan ja epämiellyttäväksi kuvatun miespäähenkilön välisestä lähentymisestä ja etääntymisestä seuraavaan vaiheeseen. Näin sankarittaren toiminnan kohteena on rakkauden, eli romanttisen rakkauden ihanteen mukaisen monogaamisen avioliiton, saavuttaminen. Sankarittaren päävastustaja, tarinan konna, on lopulta sama tavoiteltu mies. Joissakin romaaneissa päävastustaja voi myös olla sankaritar itse, hänen omat epäilyksensä ja epävarmuutensa. Sankarin ja konnan kohtaamiset ja etääntymiset on myös helppo tunnistaa rikos- ja agenttikirjoista, tyypillisimmillään esimerkiksi Flemingin *James Bond* -tarinoista. Kirjallisuudentutkija David Druce on

¹¹³ Jallinoja 2000, 76.

¹¹⁴ Nieminen 1993, 18–22.

löytänyt vastaavan analogian myös Enid Blytonin lastenkirjoista, varsinkin *Viisikko*-sarjasta, jonka hän rinnasti Flemingin Bond-kirjoihin.¹¹⁵

Romanttisen tarinan rakenteen eri elementeistä hyvin tärkeä on niin sanottu rituaalinen kuolema eli tarinan käännekohta. Tätä tilannetta ennen sankaritar ja sankari ovat ”tunnistaneet” toisensa ja ilmaisseet yhteisen kiinnostuksensa ja ehkä jopa tunnustaneet rakkautensa. Onnea nousee kuitenkin varjostamaan este, joka erottaa rakastavaiset ja näyttää siltä, että yhteinen tulevaisuus on mahdoton. Tässä kohden tarinaa sankaritar lähtee yleensä pakoon ja katoaa fyysisesti sankarin läheisyydestä. Jane Austenin 1800-luvun alun sankaritar lähtee tätinsä kanssa kiertämään maaseutua hienostuneesti vaunuilla, Charlotte Brontën viktoriaaninen Jane Eyre pakenee itsetuhoisessa mielentilassa harhailemaan nummille, kun taas Anni Polvan suomalainen sankaritar lähtee kiukkua puhisten bussilla kesämökiltä kaupunkiin tai soutaa mökkinaapurin saareen piiloon kosijaltaan.¹¹⁶

Riitta Jallinoja tunnistaa 1990-luvun ja 2000-luvun parisuhde- ja perhenarratiiveista klassisten romanttisen rakkauden ja romanssin tarinajuonia, mutta avioerojen kuvauksissa myös kauhukertomusten tarinatyyppin. Jallinoja puhuu parisuhteen, siten myös perheen, uhkaajiksi tarinan kolmansia, joiksi hän tulkitsee niin toiset ihmiset kuin työn, riippuvuudet ja ”oman ajan”.¹¹⁷ Siinä missä perinteisessä romantiikassa rakkauden esteet nousivat pariskunnan ulkopuolelta, perheen, suvun tai yhteiskunnan rakenteista, modernissa parisuhteessa rakkauden pahin uhkaaja on parisuhde itse.¹¹⁸ Tarinan kolmannet ovat muistutus siitä, että parisuhteesta ei voi olla koskaan varma ja rakkauden voi menettää milloin vain. Romanttisen rakkauden käyttövoimana on Jallinojan mukaan täten omistamattomuuden ristiriita. Toista ei koskaan voi täysin omistaa, joten rakkaus ei koskaan ole varma ja lopullinen. Jallinoja esittää tämän aiheuttajaksi erityisesti yksilöiden riippumattomuuden. Kahden toisistaan riippumattoman ihmisen suhde on väistämättä

¹¹⁵ Druce 1988, 160–163.

¹¹⁶ Esimerkiksi romaanit *Ylpeys ja ennakkoluulo*, Jane Austen, 1966 (1813); *Kotiopettajattaren romaani*, Charlotte Bronte, 1985 (1847); *Minäkö muka mustasukkainen?* Anni Polva, 1967 (1953).

¹¹⁷ Jallinoja 2000, 83–146.

¹¹⁸ Jallinoja 2000, 37.

jatkuvan tarkkailun alaisena.¹¹⁹ Jallinojan kuvaama romanttinen parisuhde tarkoittanee erityisesti 1900-luvun lopulla vahvistunutta parisuhteen mallia, jota Giddens kutsuu aidoksi parisuhteeksi.¹²⁰

Rakkaus ja siihen kohdistunut jatkuva epäily ovat myös Polvan romaaneissa keskeisellä sijalla. On kuin nämä sankarittaret ja sankarit eläisivät osin romantiikan traditiossa ja osin länsimaisen 1900-luvun todellisuudessa, jossa avioliitto ei enää olekaan ikuinen tai kristillismoraalisesti monogaaminen. Uhka ruumiillistuu tarinoiden toisissa naisissa ja miehissä, mutta käytännössä sen lähtökohtana on aina rakastavaisten oma pelko, epäily ja omien sekä toisen tunteiden loputon tarkkailu.

Polvan romaanit on kirjoitettu pääosin 1940-luvulta 1970-luvulle. Hänen ensimmäisten romaaniensa aikaan sodan jälkeen suomalaisen yhteiskunnan iso muutos oli vasta aluillaan ja parisuhteisiin kohdistui sekä perinteisiä arvoja että isoja sodan jälkeisen väestöpolitiikan odotuksia. Romaaneja analysoimalla selviää nopeasti, että niissä ei aina kuvata kahden riippumattoman ja itsenäisen ihmisen suhdetta. Vaikka tarinan alussa sankaritar ja sankari olisivatkin näennäisen riippumattomia, päättyy tarina aina siihen, kun sankaritar menettää riippumattomuutensa ja tavallaan alistuu suhteelle. Tämä näkyy esimerkiksi oman työn ja ammatin hylkäämisenä ja kotirouvaksi ryhtymisessä. Tässä jälleen kerran pitää kuitenkin muistaa romaanien lukutapa. Romaanien loppuratkaisu, jossa sankaritar heittää ammattinsa ja muut kiinnostuksensa avioliiton tieltä, on samalla Anni Polvan kirjoittamaa tarinaa, mutta ennen kaikkea romantiikan keskeinen konventio vielä tuolloin.¹²¹

Romanttisen tyyppitarinan ikonisen lopun tiivistää Charlotte Brontën *Kotiopettajattaren romaanin* lopusta lause, "*Reader, I married him*". Tämä voitonjulistus siirtyi vuosikymmenten ja vuosisadan myötä kirjallisuudesta elokuvien ja tv-sarjojen kielelle. Hella Wuolijoen käsikirjoittamassa elokuvassa *Juurakon Hulda* itsenäinen ja yhteiskunnallisilla portailla tietään raivaava Hulda päättyy viimeisessä kuvassa keikistelemaan työnantajansa kosintaan suostuneena. Hilja Valtosen teoksista suurin osa päättyi vastaaviin tunnelmiin, samoin Anni Polvan kirjat. 2000-luvulla *Reader, I married*

¹¹⁹ Jallinoja 2000, 37.

¹²⁰ Giddens 1992, 61–64.

¹²¹ Regis 2003, 9–10.

him -slogan kääntyy nykyoloihin modifioituna niin hääjuhla-twiiteiksi kuin ironisiksi hashtagiksi Instagramiin.

Regis esittää, että voimakkain kritiikki romantiikkaa kohtaan kasvoi 1960-luvun feminismin myötä. Kriitikoiden hampaissa oli erityisesti tarinoiden edellä kuvattu konvention mukainen loppuratkaisu eli mennä naimisiin ja jättää kaikki muu. Germaine Greer oli merkittävimpiä ensimmäisiä kriitikoita, joka nosti esille romantiikan naisten orjuuttajana. Aiemminkin lajityyppejä oli kritisoitu, mutta vasta Greer vuonna 1970 julkaisemassaan teoksessa *The Female Eunuch*¹²² esitti argumentin orjuutuksesta. Monissa myöhemmissä romantiikkaa analysoivissa tutkimuksissa käytettiin tätä samaa argumenttia, esimerkiksi Tania Modleskin tutkimuksessa *Loving with a Vengeance*.¹²³

Feministisessä tulkinnassa romantiikasta tyypillinen juoniratkaisu tulkittiin siten, että ennen avioliittoa tai sankarin ja sankarittaren lopullista sovintoa tarinan sankaritar oli aktiivinen ja itsenäinen toimija, mutta kun esteet oli ylitetty ja romanttinen tarina ylitti käännekohtansa, tuli sankarittaresta passiivinen mukautuja. Feminististen kriitikoiden mielestä sankaritar teki valinnan kahden mahdollisen tulevaisuuden väliltä. Toisaalla tarjolla on feminiini pyhitetty koti-ideaali ja toisaalla liberaali itseohjautuva ja itsestään kiinnostunut yksilö.¹²⁴ Avioliiton yhdistäminen onnistumiseen ja voittoon, sekä sen esittäminen ainoana toteutuvana ratkaisuna aiheutti voimakkaimman kritiikin. Avioliitto orjuutti paitsi sankarittaren, hänen kauttaan myös lukijan. Romanttisen rakkauden ihanne oli jo murenemassa ja tasa-arvoistumassa 1970-luvun taitteessa. Siksi ei liene ihme, että varsinkin kriitikoissa aiheutti harmia se tosiasia, että romanttiset kertomukset olivat yhä vain suosittuja ja myivät paljon, rakkaus- ja parisuhdeihanteen muutospainesta huolimatta.

Tästä oli kyse, kun Anni Polva lukuissa haastatteluissa toisteli, että hänen lukijansa haluavat onnellisen lopun.¹²⁵ Ilman sitä ajanviete ei ole ajanvietettä, vaan lukija petetään. Anni Polva tunnisti ja tiesi tämän tarpeen, vaikka halusi itsekkin joskus kapinoida lajityypin

¹²² *The Female Eunuch* julkaistiin suomennoksena *Haluan olla nainen* vuonna 1972.

¹²³ Regis 2003, 3–5.

¹²⁴ Regis 2003, 3–7.

¹²⁵ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Sejjaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

sääntöjä vastaan. Yhteen kirjoistaan Polva kirjoitti tietoisesti toisenlaisen loppuratkaisun, juonenkäänteeseen, jossa sankaritar pyytää kilpakosijoitaan vetämään pitkää tikkua siitä kumman hän valitsee. Lukijapalaute oli Polvan mukaan murskaavaa. Hän kertoo, miten lukija Rovaniemeltä oli soittanut uhaten lopettaa Polvan kirjojen lukeminen, jos tämä vielä kerran kirjoittaa teoksen, jonka lopusta ei paljastu kenet sankaritar valitsee.¹²⁶

Polva tiesi, että tällainen vastustus syntyi siitä, että lukijat olivat tottuneet odottamaan tietynlaista loppuratkaisua. Toisaalta Polva myönsi, että ajanvietekirjalta voi odottaakin aina samanlaista juoniratkaisua ja tarinalle onnellista loppua, sillä lukijat olivat alun perin valinneet kirjan luettavakseen voidakseen viihtyä ja odottaen tarinan päättyvän onnellisesti.¹²⁷ Romantiikan tyyppitarina, taustallaan vanha satuperinne, oli siten ennalta määrännyt lukijoiden odotukset ja sitonut kirjailijan asiakaslupaukseensa.

¹²⁶ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

¹²⁷ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

1 Markkinointiajattelu 1900-luvulla

Mainoksia on julkaistu suomalaisissa lehdissä jo kauan. Mainontaa tutkineiden Visa Heinosen ja Hannu Konttisen paikantama ensimmäinen lehti-ilmoitus on vuodelta 1771 Aurora-seuran *Tidningar Utgifne Af et Sällskap i Åbo* -julkaisussa.¹²⁸ Mainonta yleistyi kuitenkin vasta teollistumisen ja kansallisuusaatteen myötä. Lehti-ilmoitusten oheen varsinkin näyteikkunoista tuli 1800-luvun lopulla uusi media esitellä tuotteita ja myös tapahtumien käyttö markkinoinnin kanavana yleistyi. Muun muassa Pariisin maailmannäyttely vuonna 1900 oli merkittävä areena rakentaa suomalaisen kulttuurin näkyvyyttä. Toinen esimerkki tapahtumamarkkinoinnista oli 1912 perustetun Kotimaisen Työn Liiton tuoreeltaan järjestämä suurkatselmus, johon kuului muun muassa juhlava paraati ja 50 auton reklaamikulkue. Heinosen ja Konttisen mukaan kampanjassa oli kaupallisuuden ohessa vahva kansallinen lataus.¹²⁹

Suomessa perustettiin lehti-ilmoittelun yleistyessä 1880-luvulla ilmoitustoimistoja, myöhempien mainostoimistojen edeltäjiä. 1900-luvun alussa mainoskuvien yleistyttyä räjähdysmäisesti avattiin mainospiirtämöitä ja reklaamimaalaamoja, jotka tuottivat kuvituksia niin ilmoituksiin, pakkauksiin kuin julisteisiin, nimikilpiin ja rakennuksiinkin.¹³⁰ Systemaattisempaa ja Yhdysvaltojen esimerkeistä opittua mainontaa alettiin tehdä laajemmin 1920-luvulla, jolloin Suomeen perustettiin ensimmäisiä varsinaisia mainostoimistoja ja mainosalan ammattilaisten keskuudessa alettiin järjestäytyä. Suomessa oli 1920-luvun alussa yksi reklaamitoimistoksi nimetty yritys, vuonna 1923 perustettu Suomen ilmoituskeskus. Yhdysvaltalaisen Fordin laajennettua toimintaansa Suomeen, luotiin yrityksen myynnin tueksi vuonna 1925 reklaamitoimisto Erwin, Wasey & Co.¹³¹

Sana *mainos* ja verbi *mainostaa* otettiin käyttöön *Suomen Kuvalehden* ja markkinointialan aktiivien muodostaman Reklaamimiesten yhdistyksen ideoiman nimikilpailun tuloksena

¹²⁸ Heinonen & Konttinen 2001, 20–21.

¹²⁹ Heinonen & Konttinen 2001, 24–27.

¹³⁰ Heinonen & Konttinen 2001, 34–42.

¹³¹ Haavisto 1990, 12–13.

1927 (kuva 1).¹³² Kilpailun tarkoituksena oli keksiä uudissana tuolloin käytössä olleelle termille *reklaami*. Kilpailun voitti kielitieteilijä ja suomen kielen opettaja E. A. Saarimaa ehdotuksillaan mainos ja mainostaa. Uusi sana perustui murreverbiin *mainoa*, joka puolestaan tarkoittaa ihmettelemistä ja kehumista.¹³³ Markkinoinnin alan ammattilaiset siirtyivät nopeasti käyttämään uutta sanaa ja se otettiin käyttöön myös 1930 perustetun uuden Myynti- ja Mainoskoulun nimeen. Mainonta-sanana lisäksi termiä *propaganda* käytettiin laajalti.¹³⁴

Kuva 1. Suomen Kuvalehdessä 24.3.1928 julkaistu artikkeli nimikilpailun ratkaisusta



Lähde: Reklaami on nyt mainos. *Suomen Kuvalehti* 24.3.1927.

Markkinointi-termiä alettiin käyttää talouselämän piirissä 1950-luvulla, mutta laajempaan käyttöön termi tuli vasta 1960-luvulla. Markkinointi-käsitteen käytön leviämistä edisti Aimo Aution 1957 toimittama *Markkinointioppi*-niminen moniste, josta 1968 julkaistiin

¹³² E. A. Saarimaan ehdottama verbi mainostaa ja sana mainos perustuivat verbiin mainoa, jota käytettiin osassa Peräpohjan ja Länsipohjan murteita ja joihin se oli tullut saamesta. Kotimaisten kielten keskuksen selvityksen mukaan alkujaan sana on silti germaanista perua ja sukua nykykielissä esimerkiksi saksan sanalle meinen, arvella ja luulla.

¹³³ Aapala, Kirsti: *Mainos*. Kotimaisten kielten keskus, Verkkosivut (viitattu 27.7.2017), URL: https://www.kotus.fi/nyt/kysymyksia_ja_vastauksia/sanojen_alkuperasta/mainos.

¹³⁴ Propaganda-käsitteen käyttö vaihteli pitkälle 1950-lukua. Toisaalta sillä tarkoitettiin paljolti samoja asioita, joita myöhemmin on liitetty markkinointikäsitteen sateenvarjon alle, mutta toisaalta propaganda-termillä tarkoitettiin asioita, joista myöhemmin on käytetty lobbaus-termiä ja 2010-luvulla termiä vaikuttajaviestintä.

Markkinoinnin perusteet -oppikirja.¹³⁵ Ammattilaisten keskuudessa käsitteiden mainonta ja markkinointi ero oli 1960-luvun taitteessa todennäköisesti selkeä, mutta keskustelua aiheesta kuitenkin käytiin. Tästä kertoo esimerkiksi Aatos Luotosen pitkä *Mainos- vai markkinointitoimisto* -niminen artikkeli *Mainostaja*-lehdessä vuonna 1960. Artikkelissa hän analysoi kritiikkiä, joka oli kohdistunut mainostoimistojen toiminnan laajenemiseen mainoksista markkinoinnin kaikille osa-alueille ja markkinoinnin käsitteen puimiseen Suomessa.¹³⁶

Tässä luvussa tutkitaan markkinointiajattelun ja markkinoinnin historiaa Suomessa 1900-luvulla. Markkinointiin ja yleensä kaupallisuuteen kohdistuneet toiveet ja epäilyt heijastuivat Anni Polva -brändiin kohdistuneessa kritiikissä ja toisaalta Anni Polvan omassa toiminnassa näkyi monella tapaa myönteinen suhtautuminen markkinointiin, kaupallisuuteen ja ymmärrys siitä, miten tärkeää oli tuntea asiakas. Tämän luvun tavoitteena on rakentaa isoa viitekehystä myöhemmissä luvuissa analysoitavalle Anni Polva -brändille.

1.1 Kansainväliset vaikutteet ja kotimaiset vaikuttajat

Markkinointiajattelun ja markkinoinnin keinovalikoiman moottorina toimi 1900-luvulla Yhdysvallat, jonka rooli toisen teollisen vallankumouksen käynnistäjänä ja kapitalistisen talousjärjestelmän edelläkävijänä peilautui myös markkinointiajatteluun Suomessa. Väitöskirjassaan *Suomalaisen talousmallin murros* (2005) Samuli Skurnik esittää *amerikanisoitumiselle* kaksi vaikutuskanavaa: Yhdysvaltojen muille kansakunnille antama esimerkki ja amerikkalaisten tekemä aktiivinen lähetystyö tai joidenkin mielestä jopa pakkosyöttö, joka ilmeni varsinkin Marshall-avun myötä toisen maailmansodan jälkeen.¹³⁷ Yhdysvaltojen vaikutus suomalaiseen markkinointiajatteluun oli silti varhaisempaa perua. Vaikutteita oli saatu esimerkiksi Yhdysvalloissa opiskelleilta ja työskennelleiltä henkilöiltä. Tällaisia Suomeen kansainvälisiä ideoita tuoneita oli paljon, kuten esimerkiksi mainostoimiston Suomeen perustaneelta Wäinö K. Latvala tai insinööriopintoja 1900-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä Yhdysvalloissa opiskellut Paul T. Thorwall, joka sikäläisestä ”advertising”-toiminnasta innostuneena perusti 1924 Liiketaloudellisen

¹³⁵ Haavisto 1990, 96–99.

¹³⁶ Luotonen, Aatos: Mainos- vai markkinointitoimisto. *Mainostaja* 3/1960.

¹³⁷ Skurnik 2005, 93–94.

neuvontatoimiston, jonka tarkoitus oli auttaa suomalaista teollisuutta kaupallisessa toiminnassa. Idea teollisuuden konsulttiyrityksestä oli niin uusi Suomessa, että toimisto muuntui käytännössä pian mainostoimiston suuntaan.¹³⁸ Alaan isosti vaikutti myös monissa kansainvälisissä tehtävissä ja yrityksissä työskennellyt Artturi Raula, jonka vaikutuksesta perustettiin 1940-luvulla markkinatutkimuksia tekevä Suomen Gallup Oy. Yhdysvaltojen esimerkkiä seurattiin myös opintomatkoin, julkaisuja lukemalla ja tietysti mainontaa seuraamalla.

Markkinointiajattelun kansainvälisten vaikutteiden paikantamiseksi voi analysoida *Mainostaja*-lehdessä julkaistuja artikkeleita, sillä lehti oli keskeinen alan ammattijulkaisu ja oletettavasti sitä lukivat kaikki keskeiset alan toimijat. *Mainostajan* artikkeleissa näkyi, että vahvimmat vaikutteet tulivat Yhdysvalloista, joka oli markkinoinnin ja mainonnan alalla merkittävin uusien ideoiden, menetelmien, yritysten ja tutkimuksen edistäjä. Myös Ruotsista kerrottiin lehden sivuilla paljon, yleensä vertaillen Suomeen. Ruotsi näyttäytyi näissä jutuissa edistysellisempänä ja markkinointiystävällisempänä kuin Suomi. Vuosina 1939–1949 *Mainostajassa* oli yhteensä 81 laajempaa kansainvälistä juttua tai katsausta. Näistä 33 käsitteli yhdysvaltalaisia yrityksiä, kampanjoita, henkilöitä tai menetelmiä. Seuraavaksi eniten, 22 tekstiä, käsitteli ruotsalaista markkinointialaa ja kolmanneksi eniten, 11 juttua, mainontaa Englannissa tai englantilaisia toimijoita. Muista maista noihin vuosiin osui vain satunnaisia katsauksia: Saksaa käsitteleviä artikkeleita oli viisi vuosilta 1939–1941, Neuvostoliittoa edusti muutama näyttelykatsaus vuosina 1945–1948 ja näiden lisäksi julkaistiin yksittäisiä juttuja Ranskaan ja Tanskaan liittyen. Analysoitujen artikkeleiden lisäksi oli lehdessä runsaasti pienempiä tekstejä, anekdootteja ja kirja-arvioita erityisesti yhdysvaltalaisesta, englantilaisesta ja ruotsalaisesta mainosmaailmasta.¹³⁹

Muutamat Saksaa käsittelevät jutut antavat viitteitä siitä, että lehden toimitus suhtautui neutraalisti tai jossain määrin kiinnostuneesti Saksan nousuun Euroopassa. Lehdessä ei otettu näkyvän poliittisesti kantaa mihinkään suuntaan, mutta kansallissosialismia ei kritisoitukaan. Laajassa kirja-arvostelussa nostettiin WSOY:n 1941 julkaisema suomennos *Mein Kampfista* (*Taisteluni I ja II*) esimerkiksi toimivasta propagandasta. Samankaltaisella toteavan neutraalilla asenteella raportoitiin sodan jälkeen muutamista Neuvostoliiton

¹³⁸ Haavisto 1990, 13; Heinonen & Konttinen 2001, 60.

¹³⁹ *Mainostaja*, vuosikerrat 1939–1949.

järjestämistä messuista ja näyttelyistä. Artikkeleista näkyy ammatillinen uteliaisuus vieraisiin toimijoihin. Todellinen mallimaa ja ideoiden lähde oli lehden toimitukselle ja siihen kirjoittaneille markkinoinnin ammattilaisille kuitenkin Yhdysvallat ja lähin artikkeleista tulkittavissa oleva poliittinen teema voisi olla markkinaliberalismi ja yleinen vapaan kilpailun kannattaminen.

Mainoskuvien vaikutteet tulivat 1920-luvulla vielä Saksasta, sillä sinne oli paljon kauppasuhteita ja siksi saksalaisia tuotteita mainostettiin suomalaisissa lehdissä. 1930-luvulta eteenpäin myös visuaaliset vaikutteet otettiin enimmäkseen Yhdysvalloista ja satunnaisesti esimerkiksi Englannista. Ruotsalaiset mainosgraafikot olivat omaksuneet esimerkit Yhdysvalloista kuten suomalaisetkin.¹⁴⁰

Monet *Mainostaja*-lehdessä julkaistut tekstit kertovat siitä, että markkinointiajattelu oli Suomessa kehittynyttä 1940-luvulla. Sotavuodet, Suomen markkinointikentän nuori ikä ja rajalliset toimintamahdollisuudet olivat silti vaikuttaneet siihen, että Suomessa oltiin naapurimaata Ruotsia jäljessä. Mainosammattilainen Topi Törmä kirjoitti ruotsalaisesta mainonnasta *Myyjä ja Myymälä* -lehteen vuonna 1945 seuraavasti: ”*Meidän on silti tunnustettava: Naapurit hoitavat leiviskänsä hyvin. Ruotsalainen mainonta on meistä ainakin 10 vuotta edellä!*”¹⁴¹ Törmä esitteli artikkelissa ruotsalaisten päivälehtien mainoksia ja ylisti niitä oivaltavaksi, humoristisiksi ja hienostuneiksi. Hän nosti esille muun muassa Tukholman kaupungin hauskan mainoksen kunnallisveron maksupäivästä sekä Göteborgin kaupungin mainonnan satamastaan.¹⁴²

Huolimatta sotavuosista ja pula-ajasta, *Mainostajassa* julkaistiin vuosina 1939–1949 runsaasti kansainvälistä materiaalia. Kun tätä verrataan lehden artikkeleihin 1950-luvun lopulla, näkyy selvä ero. 1960-luvun taitteessa lehdessä alkoi olla paljon enemmän ja laajemmin kotimaisia kirjoituksia ja kotimaisia tapausesittelyitä, pohdintaa menetelmistä ja katsauksia markkinoinnin alueisiin Suomessa. Kirjoittajia oli enemmän ja myös kerrottavaa oli tuolloin enemmän. Kansainvälinen vaikutus näkyi toki edelleen, mutta limittyneenä artikkeleihin, ei enää niin näkyvästi erillisinä katsauksina ja juttuina kuin vielä 1940-luvulla.

¹⁴⁰ Niskanen 1996, 37–39.

¹⁴¹ Törmä, Topi: He saavat ja myös osaavat mainostaa! *Myyjä ja Myymälä* 2/1945.

¹⁴² Törmä, Topi: He saavat ja myös osaavat mainostaa! *Myyjä ja Myymälä* 2/1945.

Kansainvälisyys näkyi 1960-luvulla myös aivan uudella tavalla vienninedistämisen ja vientiteollisuuden alalla. Enää ei esitelty maailmalta löydettyjä hyviä ja kiinnostavia asioita, vaan mietittiin, miten ja millä keinoin suomalaisia tuotteita voi tehdä tunnetuksi ulkomailla.¹⁴³

Suomalaiset markkinoinnin asiantuntijat, jotka kutsuivat itseään vielä 1920-luvulla reklaamimiehiksi, saivat ideoita ja osaamista ulkomailta opintomatkojen, konferenssien, lehtien ja kirjojen välityksellä. Yhtenä esimerkkinä mainonnan merkityksestä liike-elämälle oli 1930 Helsinkiin perustettu Myynti- ja Mainoskoulu. Jo 1920-luvulla muun muassa Pellervo-Seura ja SOK sekä Kulutusosuuskuntien Keskusliitto olivat perustaneet opistoja, mutta näiden opetussisällöissä painopiste oli erityisesti myyjien valmentamisessa. Myynti- ja Mainoskoulun perustamisvaiheen ideoinnissa mainonta oli keskeisessä roolissa. Tätä ennen mainonnan alan koulutusta oli ollut tarjolla H. J. Viherjuuren Helsingin Kauppakorkeakoulun opiskelijoille vuosittain pitämässä 10 luentoa sisältävässä esitelmäsarjassa.¹⁴⁴ Myynti- ja Mainoskoulu järjesti myös ”maaseutukursseja” Helsingin ulkopuolella. Anni Polva osallistui 20-vuotiaana tällaiselle kurssille Tampereella syksyllä 1935. Kurssilla käsiteltiin muun muassa näyteikkunaoppia ja tekstausta.¹⁴⁵ Polva viittasi kurssiin kirjailijahaastattelussa vuonna 1981 ja mainitsi sen vaikuttaneen työpaikan saamiseen.¹⁴⁶

1.2 Mainonnan kritiikki ja propagandan puolustajat

Kun yritykset edistivät Yhdysvalloissa voimakkaasti brändejään, markkinoinnin yhä näkyvämmät muodot herättivät siellä myös vastustusta. Mainontaan suhtauduttiin varsinkin koulutetun keskiluokan piirissä paikoin kriittisesti. Kritisoiijat kokivat brändit – ja muunkin markkinoinnin – mauttomana, harhaanjohtavana ja manipuloivana. Kriittiset kuluttajat myös olettivat, että ylettömäksi koetun mainonnan hinta vain siirrettiin ostajien maksettavaksi

¹⁴³ *Mainostaja*, vuosikerrat 1959–1962.

¹⁴⁴ Haavisto 1990, 14–45.

¹⁴⁵ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Todistus Myynti- ja Mainoskoulusta 4.12.1935. Kotelo 1.

¹⁴⁶ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

brändituotteiden hinnassa.¹⁴⁷ Kuluttajaliike aktivoitui 1930-luvulla kritisoiden muun muassa laatua, tuoteinformaation puutteita ja lisääntynyttä tunteisiin vetoamista mainonnassa.¹⁴⁸

Markkinoinnin historiaa tutkinut Mark Tadajewski on tulkinnut erityisesti 1930-luvulla vilkastuneen kritiikin aallon vastareaktioksi Yhdysvaltojen talouslamaan. Aiemmin oli yleisesti ajateltu, että liike-elämä toimi yhteiskunnan kehittymisen moottorina, mutta pörssiromahdusten ja laman myötä suhtautuminen liike-elämään muuttui. Markkinointi oli kuin liike-elämän julkinen käyntikortti, jonka motiivit ja menetelmät alkoivat kriittisten tarkastelijoiden mielestä näyttäytyä kyseenalaisina.¹⁴⁹

John Benson, Yhdysvaltojen mainostoimistojen liiton johtaja, kirjoitti kriittisestä yleisöstä vuonna 1938. Benson myöntää, että markkinointi oli muuttunut lama-aikana röyhkeämmäksi ja julmemmaksi. Mainoksissa käytettiin häikäilemättä ihmisten pelkoja ja epävarmuutta hyväksi. Esimerkkinä hänellä oli Colgaten hammastahnainos, jossa uhattiin työttömyydellä pahanhajuisen hengityksen omaavaa kuluttajaparkaa. Oikealla hammastahnalla hengitys raikastui ja tulevaisuus oli turvattu. Toisaalta mainonta oli informatiivista, toisaalta se pelasi taitavasti valokuvilla ja mielikuvilla. Väkivalta ja seksi myivät paremmin kuin peitellyt kuvat ja mainonnassa hyödynnettiin näitä elementtejä kuten lehdistössäkin. Benson viittasi naisjärjestöihin, joiden aktiivit olivat nousseet vastustamaan valheellista ja vääristävää mainontaa. Mainontaa vastaan julkaistiin myös useita kirjoja, joissa haluttiin nostaa esimerkiksi esirippu kosmetiikkateollisuuden luoman "sumuverhon" edestä.¹⁵⁰

Vastustuksesta huolimatta Benson uskoi, että amerikkalaisten suurin ”massa” piti mainonnasta. Hän viittasi siihen, kuinka vaatimattomissa oloissa enemmistö väestöstä lopulta eli, ja kuinka heille elokuvat, radio ja mainokset tarjosivat lohduttavia ja harmittomia sateenkaaria. Bensonin kirjoituksesta paljastuu varsin realistinen näkemys mainonnasta, tuotteista ja kuluttajista. Hän muun muassa kirjoitti köyhistä naisista, jotka haluaisivat olla

¹⁴⁷ Low & Fullerton, 1994, 178.

¹⁴⁸ Wilkie & Moore 2012, 53–73.

¹⁴⁹ Tadajewski 2010, 779.

¹⁵⁰ Benson 1938, 20–27.

nuoria ja kauniita, ja joiden unelmia brändituotteiden markkinoinnissa osattiin taitavasti käyttää hyödyksi.¹⁵¹

1940-luvulla julkaissut markkinoinnin tutkija ja kriitikko Paul Lazarsfeld puolestaan nosti esille niin sanotun myynninedistämiskulttuurin¹⁵² ongelmat. Hänen mielestään kaupallisuus ja markkinakoneisto loivat esteitä ihmisten oman ihmisyyden ja inhimillisten arvojen toteuttamiselle. Hän koki ihmisten tulevan yhä enemmän shakkinappuloiden kaltaisiksi siirrettäviksi objekteiksi ja menettävän kyvyn spontaanisuuteen ja arvokkuuteen. Lazarsfeldin mielestä massojen manipuloinnin tekniikat olivat syntyjään liike-elämästä, josta nämä tekniikat sitten läpäisivät koko kulttuurin. Lopulta kaikkea mainostetaan, hän kirjoitti.¹⁵³

Heinonen ja Konttinen ovat esittäneet, että negatiivinen asenne propagandaa kohtaan voimistui varsinkin sotien aikana, sillä sotapropaganda oli asenteellista, kärjistettyä ja hyvin päällekkäyvää. Aiemmin termien mainonta ja propaganda välillä ei ollut suurta eroa, mutta sotapropaganda sai mainonnan ammattilaiset etsimään rajaa käsitteiden välille.¹⁵⁴ *"Symbolit keräävät joukkoja ja joukot toimivat sen mukaan, mitä symbolien takana olevat persoonat jaksavat keksiä."*¹⁵⁵ Näin kirjoitettiin *Mainostajassa* vuonna 1946. Nimimerkin suojassa ollut kirjoittaja puolusti markkinointia ja syytti sotapropagandaa keskeisimmäksi valheellisten väitteiden levittäjäksi. Kirjoittaja uskoi, että kun sodan historia jonain päivänä kirjoitetaan, sen huomattavimpiin lukuihin kuuluu propaganda.¹⁵⁶

Suomessa kriittinen suhtautuminen mainontaan peilautui mainonnan ja propagandan opaskirjoissa erilaisina puolustuspuheina ja kritiikin taklaamisina. Kritiikki, jota vastaan suomalaisissa teksteissä argumentoitiin, oli yllättävän samanlaista kuin sotien välisen ajan yhdysvaltalaisissa kritiikeissä. Mainontaa ja markkinointia kritisoitiin turhien tarpeiden

¹⁵¹ Benson 1938, 24.

¹⁵² Alkuperäisessä tekstissä termi ”promotional culture”. Lazarsfeld 1941, 9–10.

¹⁵³ Lazarsfeld 1941, 9–10.

¹⁵⁴ Heinonen & Konttinen 2001, 107–108.

¹⁵⁵ Toista lause tuo – vaikk' oisi se valheista suurin... *Mainostaja* 5/1946.

¹⁵⁶ Toista lause tuo – vaikk' oisi se valheista suurin... *Mainostaja* 5/1946.

luomisesta, hintojen nostamisesta merkkituotteilla ja ihmisten aivopesemisellä ostamaan asioita, joita he eivät tarvinneet.¹⁵⁷

Puolustuspuheissa luotiin kuvaa hyvästä mainonnasta. Wäinö K. Latvala, Erva-Latvalan toimitusjohtaja, esitti ennen sotaa julkaistun *Mainonta ja propaganda* -teoksen (1938) alkupuheessa, että jokaisen kansalaisen, varsinkin jokaisen vastuunalaisemmalla paikalla olevan, olisi perehdyttävä propagandaan, jos hän halusi täyttää paikkansa ja päästä eteenpäin. Latvala ennusti kohottavasti, että tulevaisuuden kansoja tulevat johtamaan ne miehet, joilla on yleissivistyksen ja puhetaidon lisäksi ymmärrys menestyksellisen mainonnan ja propagandan salaisuuksista.¹⁵⁸ Esipuhe kertoo siitä, että Suomessa mainonnan ja markkinoinnin merkitystä piti vielä myydä lukijoille. Alan miesvaltaisuus näkyy tekstissä, samoin kuin esimerkiksi 1920-luvulla Reklaamimiesten kerhon nimessä oli näkynyt.

Samassa teoksessa kasvatusopin professori J. A. Hollo linjasi näkemyksen hyvästä ja "puhtaasta" mainonnasta. Hän kirjoitti mainonnan kohtaamasta vastarinnnasta ja vertasi mainontaa luontoon ja sen ilmiöihin. "*Katsokaa kedon kukkasia! Ne eivät tee työtä eivätkä kehrää, mutta – mainostavat.*"¹⁵⁹ Mainonta on yhtä luonteva osa ihmisen toimintaa kuin luonnossa kukkasten kauneus, joka houkuttelee hyönteisiä, Hollo kirjoitti. Hän kuitenkin muistutti, että mainontaa oli olemassa puhtaana ja sameana. Sameaa mainontaa Hollo näki niin politiikassa kuin taiteilijoiden itsetehostuksessakin.

Puhdasta mainontaa Hollon mukaan oli mainosalan ammattimaisessa toiminnassa. "*Itsenäistynyt mainonta astuu tieteen, taiteen ym. inhimillisten elämänmuotojen rinnalle erikoislaatuksena, omia lakejansa tottelevana kokonaisuutena.*"¹⁶⁰ Mainonnan itsenäisyys näkyi hänen mukaansa siinä, miten se käytti tiedettä ja taidetta apunaan, olematta silti kumpaakaan niistä. Huonoksi Hollo määritteli sellaisen mainoksen, jossa mainostaja väkisin tyrkytti tai pakotti haluttomia ostamiseen tai uskomiseen ja ajatteli vain itseään ja tarjottavaansa. Tällaisessa mainonnassa oli Hollon mukaan jonkinlainen älyttömyyden ja

¹⁵⁷ Mainonnan merkitys yksilölle ja yhteiskunnalle. *Mainostaja* 37/1943; Hentola, Niilo: Voidaanko suomalaista mainontaa arvostella julkisesti? *Mainostaja* 1/1949.

¹⁵⁸ Mainonta ja propaganda 1938.

¹⁵⁹ Hollo 1938, 16.

¹⁶⁰ Hollo 1938, 16.

epämoraalisuuden piirre. Hän kuitenkin huomautti, että alan ihmiset toki pohtivat sitä, mitä ihmiset tietyissä paikassa, ihmisryhmässä tai yhteiskuntaluokassa tarvitsivat. Mainonnan tehtävänä oli ottaa selvää tästä ja sitten hienovaraisesti informoida ihmisiä tarjonnasta. Hyvä mainonta oli siten kuluttajan palvelija eikä käyttänyt sanallista väkivaltaa.¹⁶¹

Mainostaja-lehdessä 1943 julkaistu Thorwallin esitelmä tiivistä ajatuksen, että mainonta on ensi kädessä myyntitapa massamyyntiin ja tunnetuksi tekemiseen. Mainonta toimi hänen mukaansa usein ainoana suorana yhdyssiteenä tavarantoimittajan ja ostajan välillä ja mainonnan ensisijaisena roolina oli tehdä tuotteiden hyvät ominaisuudet tunnetuksi sekä siten kasvattaa kuluttajien tavarantuntemusta. Mainonnan avulla kuluttaja saattoi arvostella ja valita omiin tarkoituksiinsa parhaiten sopivan tavarantoimittajan. "*Mainonta kunnioittaa asiakkaan oikeutta käyttää omaa arvostelukykyään.*"¹⁶² Markkinointiin kohdistuneen kritiikin ytimessä tuntui liikkuvan kysymys siitä, millä keinoilla sitä tehtiin: Oliko kyseessä tiedotusta ja informaatiota vai pakkomyyntiäkin tuotteita suggestiolla ja mielikuvilla?

Mainonnan ammattilainen ja kirjailija Armas J. Pulla otti kantaa tähän kysymykseen 1946 analysoimalla tyypillisiä lehtimainoksia. Hänen tulkintansa oli se, että suomalaisessa mainonnassa käytetään tiedottamista ja suggestiota rinnakkain tyylikkäästi ja tarkoituksenmukaisesti, herättämään mielikuvitusta ja tunnelmia, lisäämään viihtymystä ja "*keventämään opettavan ja ohjaavan lukemisten arkista raskautta.*"¹⁶³ Huumoria, rohkeita ideoita ja sanaleikkejä suomalaiseen mainontaan kaipasi lisää myös Matti Viherjuuri 1947 julkaistussa artikkelissaan, jossa hän vertailee suomalaista ja kansainvälistä mainontaa. Suomessa anglosaksimaisia sanaleikkejä ei uskalleta hänen mukaansa tehdä, sillä silloin voisi saada "*saarimaan niskaansa*", kirjoittaa Viherjuuri.¹⁶⁴ Saarimaalla hän tarkoitti lehtoria ja aktiivista kielenhuoltajaa Eemil Arvi Saarimaata, joka oli keksinyt – tai ainakin ensimmäisenä ehdottanut – sanan mainonta vanhan termin reklaami tilalle. Merkittävimmän eron suomalaisen ja ruotsalaisen, yhdysvaltalaisen sekä ranskalaisen mainonnan väliltä Viherjuuri tunnisti siinä, kenelle mainonta tuntui olevan suunnattu. Muissa maissa

¹⁶¹ Hollo 1938, 18.

¹⁶² Mainonnan merkitys yksilölle ja yhteiskunnalle. *Mainostaja* 37/1943.

¹⁶³ Käytetäänkö meillä suggestiota vai argumentteja? *Mainostaja* 3/1946.

¹⁶⁴ Viherjuuri, Matti: Suomalaisen mainonnan erikoislaatu. *Mainostaja* 1948, 24–25.

mainostaessa puhutaan lyhytjännitteisille ja pintapuolisille suurkaupunkilaisille, kun Suomessa "*haastellaan maalaisille, joukossa tietysti kirkonkyläläisetkin, Helsingin asukkaat*".¹⁶⁵ Suomalaisen mainonnan ulkonäön, sisällön ja keinot sanelivat hänen mukaansa pienet olot, suuret etäisyydet ja suhteellisen alhainen vaikkakin tasainen elintaso ja kylmä ilmasto. Niin sanottu humpuukireklaami ei Suomessa juuri viihtynyt vaan suomalaiset arvostivat totuutta mainonnassaan, kirjoitti Viherjuuri.¹⁶⁶

Mainos- ja Myyntiyhdistyksen johdolla tehtiin ensimmäinen laaja tutkimus yleisön suhtautumisesta mainontaan 1951. Tutkimus tehtiin samaan aikaan Suomessa ja Ruotsissa ja se osoitti jo muutenkin tunnetun ilmiön suomalaisista lehdenlukijoina; noin yhdeksän kymmenestä luki päivälehtiä, kuusi kymmenestä hyvin säännöllisesti ja loput harvemmin. Lähes koko väestö kuului siten päivälehtien vaikutuspiiriin ja aikakauslehtiäkin luettiin runsaasti. Lehti-ilmoituksia kertoi lukeneensa noin 80 prosenttia vastaajista. Sen sijaan kysymykseen, miksi he lukivat ilmoituksia, oli vaikeampi vastata. Uteliaisuus ja halu tietää, mitä ilmoituksissa sanotaan, olivat yleisimmät syyt lukea ilmoituksia. Toinen tärkeä syy oli saada tietoa tarjous- ja uutuustuotteista. Muutama prosentti kertoi lukevansa ilmoituksia ajanvietteenä ja pitävänsä niitä mielenkiintoisina ja kivoina.¹⁶⁷ Ilmoitusten lukemisen motiivit ja todellisuus saattoivat kuitenkin olla ristiriidassa. Tästä kertoo 1960 tehty Gallup-tutkimus, jossa selvitettiin television katselua ja mainoksia. Suurin osa katsojista ei mielestään seurannut ohjelmissa olleita mainoksia, mutta he silti muistivat ne lähes sana sanalta ja ostivat niissä mainostettuja merkkituotteita.¹⁶⁸

Vuoden 1951 lukijatutkimuksen analysoinut Artturi Raula pohti, että käsitys mainonnasta oli muuttunut ja oli edelleen muuttumassa. Ennen mainontaa pidettiin myyjän aseena, jolla pyrittiin pitämään yllä myyntiä, mutta nyt oli yleistynyt käsitys, että siitä olikin hyötyä yleisölle ja kuluttajalle, edellyttäen, että mainonta tarjoaisi hyödyllisiä tietoja. Enemmistö tutkimukseen vastanneista koki, että mainonnasta oli jossain määrin tai paljon hyötyä yleisölle. Käsitys mainonnan hyödyllisyydestä kasvoi koulutustason mukaan samoin kuin

¹⁶⁵ Viherjuuri, Matti: Suomalaisen mainonnan erikoislaatu. *Mainostaja* 1948, 24–25.

¹⁶⁶ Viherjuuri, Matti: Suomalaisen mainonnan erikoislaatu. *Mainostaja* 1948, 24–25.

¹⁶⁷ Raula, Artturi: Yleisön suhtautuminen mainontaan. *Mainostaja* 2/1952.

¹⁶⁸ Lotti 2006, 37.

luottamus mainonnan rehellisyyteen. Oppikoulun käyneistä lähes puolet piti suurinta osaa mainoksista luotettavina, kun kansakoulun käyneistä vain noin 30 % oli samaa mieltä.¹⁶⁹

Suomalaisen ja ruotsalaisen tutkimuksen vertailu osoitti, että Ruotsissa luottamus mainontaan oli vankempaa kuin Suomessa. Tuloksia analysoinut Erkki Reittilä päätteli eron johtuvan siitä, että Ruotsissa markkinointi ja mainonta olivat paljon edellä Suomea. Toisaalta hän epäili sitäkin, että suomalaisissa vastaajissa oli mukana tietoisesti ja tarkoituksella kriittisiä vastauksia antavia enemmän. Mainonnan vapautteen suhtauduttiin hiukan kielteisemmin Suomessa, mutta suurin osa oli täälläkin silti sitä mieltä, että mainontaa tuli saada harjoittaa vapaasti ja rajoituksetta.¹⁷⁰

1950-luvun alussa alan ammattilaiset kokivat myönteistä kehitystä paitsi alan yleisessä arvostuksessa myös markkinointialan ja niin sanotun suuren yleisön suhteessa. Kun aiemmin markkinointi yhdistettiin humpuukiin, oli tällainen käsitys jo harvinaista, kirjoitti *Mainostajan* toimitussihteeri Topi Törmä 1952 lehden pääkirjoituksessa.¹⁷¹ Toisaalta, lehden vuoden 1954 numeron pääkirjoituksessa tuolloinen toimitussihteeri Panu Toivonen kirjoitti kärjekkäästi sivistyneistön kielteisestä asenteesta mainontaa kohtaan. Hänen mukaansa akateeminen sivistyneistö kauppakorkealaisia lukuun ottamatta suhtautui torjuvasti nykyaikaisen mainonnan ajattelutapaan.¹⁷² Esimerkkinä arvostelusta hän mainitsi kirjailija Veikko Huovisen *Ylioppilaslehteen* kirjoittaman pakinan, jonka Toivonen epäili leviävän loistavan kirjoitusasunsa vuoksi ylioppilaskenttään. Huovinen kirjoitti pakinassaan humoristisesti ja hyvin kriittisesti mainonnan kaikkialle levittävistä lonkeroista, muun muassa, että ”ne ovat viekkaita, valehtelevat, paisuttelevat, kuiskailevat, runoilevat ja joskus ikään kuin karjaisevat kaamean, himokkaan saalistushuutonsa aamulehden etusivusta”.¹⁷³

Janne Hakulinen, sosiaalidemokraatti ja ammattiyhdistysaktiivi, aloitti teoksensa *Propagandan käsikirja* (1951) pohtimalla, miksi niin monien mielestä mainonta oli ”pelkkää

¹⁶⁹ Raula, Artturi: Yleisön suhtautuminen mainontaan. *Mainostaja* 2/1952. Luotettavuudesta kysyttiin vaatteiden ja elintarvikkeiden mainonnasta.

¹⁷⁰ Reittilä, Erkki: Suuren yleisön suhtautuminen mainontaan. *Mainostaja* 2/1952.

¹⁷¹ Törmä, Topi: Mainonnan arvostamisesta. *Mainostaja* 2/1952.

¹⁷² Toivonen, Panu: Sivistyneistö ja mainonta. *Mainostaja* 4/1954.

¹⁷³ Muitten mielipide. *Mainostaja* 4/1954.

humpuukia".¹⁷⁴ Hän kysyi, olisiko kenelläkään käytössään radioita, kylpyammeita, puhelimia ja monia muita elämän helpottajia, ellei olisi mainontaa, joka levitti tietoa, loi kysyntää ja mahdollisti massamarkkinat tuotteille.¹⁷⁵ Myös Artturi Raulan mukaan mainonta oli edistänyt sellaista kulttuurikehitystä, joka pyrkii tekemään elämästä viihtyisämmän ja mukavamman. Raula nosti mainonnan hyvien aikaansaannosten listalle luokkaerojen tasoittumisen käyttäen esimerkkeinä sitä, miten pukeutuminen oli muuttunut ja tasa-arvoistunut vuosisadan alusta alkaen.¹⁷⁶

Toimiva propaganda oli näiden oppaiden mukaan tietoista ja tavoitteellista. Hakulinen kuvailee propagandan luonnetta pohtimalla, miten Akseli Gallen-Kallela olisi joutunut priorisoimaan tekemisiään, jos hän olisikin ollut töissä mainostoimistossa. Taiteilija ei olisi voinut toteuttaa taiteellisia päämääriään, vaan hänen olisi ensin pitänyt hyväksyä idea ja vasta sen jälkeen valita sen viestimiseksi paras taiteellinen asu.¹⁷⁷ Hakulisen esittämästä tavoitteellisuuden ja vapaan taiteellisen ilmaisun välisestä ristiriidasta kirjoitti myös Annikki Saarikivi *Mainostaja*-lehdessä 1951. Saarikivi nostaa tekstissään esille sen, miten niin sanotut vapaat taiteilijat ylenkatsoivat täysin turhaan mainosten ja propagandan parissa työskenteleviä kuvataiteilijoita. Molempia tarvittiin ja raja näiden kahden alueen välillä oli häilyvä. Saarikivi nostaa häilyvästä taiteen ja mainoksen rajasta esimerkiksi Gallen-Kallelan tekemät mainosjulisteet, varsinkin Bil-Bol-julisteen Tukholman autonäyttelyyn 1907.¹⁷⁸

Myynti- ja Mainoskoulussa käytetty *Propagandan perusteet* -oppimateriaali vuodelta 1957 on kiinnostava lähde markkinointiajattelun kannalta, sillä se on esimerkki sisällöistä, joiden avulla opetettiin käytännön markkinointi- ja myyntityötä tekeviä suunnittelemaan ja toteuttamaan markkinointi- ja vaikuttamiskampanjoita. Paras propaganda on tämän materiaalin mukaan sellaista, joka ei näy. "*Se on sekoitettu tosiasioiden kanssa niin taitavaksi vyyhdeksi, ettei siitä näy "tyrkyttäminen" esille.*"¹⁷⁹ Erotuksena perinteiseen mainontaan, joka käyttää psykologian "hyviä haltijoita", propaganda ei kaihda mitään

¹⁷⁴ Hakulinen 1951, 10.

¹⁷⁵ Hakulinen 1951, 11.

¹⁷⁶ Raula 1954, 20.

¹⁷⁷ Hakulinen 1951, 303.

¹⁷⁸ Saarikivi, Annikki: Puhdas taide käytännön palveluksessa. *Mainostaja* 4/1951.

¹⁷⁹ Saari 1957.

keinoja. Propagandassa kannattaa hyödyntää kaikkia mahdollisia viettejä, intohimoja, tunteita ja käytännössä mitä vain, mikä vähänkin vaikuttaa ihmisen tekoihin. Toisaalta tunteisiin vaikuttamisessa kehoitetaan tarkkuuteen ja suurin osa opetuskirjeistä käsittelee yksityiskohtaisesti toimivan kampanjan, ajan termein *hyökkäyksen*, suunnittelua.¹⁸⁰

Hakulisen ja Raulan oppaissa korostettiin, että huomion herättämisen piti olla voimakasta ja miellyttävää, jotta se synnyttäisi miellyttäviä tunteita ja yleensä suopeutta, erityisesti piti varoa suuttumuksen ja mielipahan herättämistä. Erittäin varovainen tuli Hakulisen mukaan olla isänmaallisten, uskonnollisten ja moraalisten tunteiden suhteen, sillä niiden loukkaamista ei annettaisi anteeksi. Hakulinen suosittaa kirjassaan mielipidetutkimuksia ja muutenkin ihmisten mielipiteiden, tarpeiden, toiveiden ja huolien selvittämistä oikeiden mielikuvien ja kosketuskohtien löytämiseksi.¹⁸¹ Raula puolestaan listasi ihmisten perustarpeita, joiden merkityksestä mainostajien tuli olla tietoisia ja "apelleja" eli yllykkeitä, joilla pyrittiin saamaan tarve syntymään tai vahvistetaan sitä.¹⁸²

Hyvän markkinoinnin määrittelystä löytyy useita yhtymäkohtia ajanvietteeseen ja viihteeseen. Tällainen on esimerkiksi se, että propagandan ajaman aatteen tai kaupallisen tuotteen pitäisi kääntää kohteensa tunteet lopulta positiivisiksi; Propagandasanoma pitäisi esittää aina leppoisasti ja mehukkaasti, sillä naurajat puolelleen saava propagandisti voittaisi. Hyvässä propagandassa *"kuulijat saavat tämän tästä aiheita nauruun"*.¹⁸³ Piilovaikuttamisen ja manipulaation teemat puolestaan olivat esillä myös ajanvietettä vastaan kohdistuneessa kritiikissä.

Markkinoinnin tutkijat Merz, He ja Vargo esittävät, että 1930-luvulta lähtien brändien fokus siirtyi tuotteen tunnistettavuudesta niiden tuottamaan arvoon. Tänä aikana mielikuvat nousivat osaksi brändin määrittelyä ja siitä käytyä keskustelua. Arvo, jonka brändien nähtiin tuottavan, oli niiden herättämissä mielikuvissa. Huomio siirtyi siten brändien tuottamaan symboliseen merkitykseen pelkän funktionaalisen merkityksen sijaan.¹⁸⁴

¹⁸⁰ Saari 1957, 6.

¹⁸¹ Hakulinen 1951, 27–30.

¹⁸² Raula 1954, 64–69.

¹⁸³ Saari 1957, 10.

¹⁸⁴ Merz, He & Vargo 2009, 331–332.

Brändien luoma mielikuva nähtiin silti edelleen yrityksen rakentamana ja hallitsemana. Asiakkaiden roolina oli olla passiivinen vastaanottaja, John Bensonin kuvaamana viihtyjä, kun yritysten taitavasti rakentama mielikuvien ja merkitysten verkko solahtaisi ostajien päälle kuin kalaparveen. 1950-luvulla esitettiin kuitenkin näkemyksiä, joissa asiakkaiden rooli nähtiin toisenlaisena. Tuolloin alkoi kyteä ajatus, että yritykset eivät voikaan välittää arvoa sellaisenaan, ainoastaan luoda yleisölleen arvoehdotelmia.¹⁸⁵

Sidney J. Levy, markkinoinnin teoriaan vaikuttanut yhdysvaltalainen tutkija, julkaisi 1959 *Harvard Business Review*'ssa artikkelin *Symbols for Sale*, jossa hän analysoi ostajien vaikuttumia ja tuli siihen tulokseen, että ostamisessa saattoi olla ilmiselviltä tuntuvien funktionaalisten elementtien (hinta, saatavuus, tunnettuus) sijaan isompi merkitys symbolisilla elementeillä. Levyn mukaan Yhdysvaltojen markkinat muuttuivat koko ajan symbolisemmiksi. Vaikka ostajat vielä puhuivat, usein vain tavan mukaan, hinnoista ja kestävydestä, he olivat samalla tietoisia siitä, että ostopäätös syntyi toisten vaikuttimien pohjalta. Levy kyseenalaisti käsitteen "economic man", ainakin kun kyse oli amerikkalaisesta kuluttajasta. Ihmiset ostivat asioita sen mukaan mitä ne merkitsivät, eivätkä hankkineet tavaroita vain johonkin konkreettiseen ja oikeaan tarpeeseen. Tarpeesta oltiin siirtymässä haluun ja pitämiseen. "Haluanko tämän tuotteen" tai "pidänpö tästä tuotteesta", on Levyn mielestä oleellisempi kysymys kuin "tarvitsenko tätä".¹⁸⁶

Levy nosti artikkelissaan keskusteluun ajatuksiaan brändikuvasta.¹⁸⁷ Brändikuva on vahva silloin, kun se vahvistaa kuluttajan näkemystä itsestään, ja silloin, kun se on linjassa hänen arvojensa ja tavoitteidensa kanssa, Levy kirjoittaa. Erityisesti yhteiskuntaluokkaa tai kastia peilaavat symbolit ovat hänen mukaansa markkinoinnin dramaattisinta materiaalia. Tällaisiin merkittäviin kodin symboleihin Levy listaa asioita lautasista kirjoihin. Kirjoja pidetään Levyn mukaan erityisen henkilökohtaisina hankintoina, joiden perusteella vaikkapa naapurit tekevät arviointia toisistaan. *Tohtori Živago* kahvipöydällä saa keskiluokkaisen naapurin hyväksynnän, mutta *Lolita* ehkä päänpuhdistuksen. Sama on lehtien kanssa, eri

¹⁸⁵ Merz, He & Vargo 2009, 332–333.

¹⁸⁶ Levy 1959, 117–118.

¹⁸⁷ Levy oli esitellyt brändikuvan (brand image) käsitettä Burleigh B. Gardnerin kanssa julkaisemassaan artikkelissa *The Product and the Brand*. *Harvard Business Review* 03/04, 1955.

nimikkeissä on valtavat symboliset erot. Tähän symboliseen kieleen Levy kehottaa liikemiehiä perehtymään.¹⁸⁸

Levyn näkemykset erosivat paljon esimerkiksi Hakulisen kahdeksan vuotta aiemmin *Propagandan käsikirjassa* esittämistä väitteistä. Samoin Myynti- ja Mainoskoulun propagandaopetuksessa korostettiin minkä tahansa tunteita herättävän aiheen käyttöä vaikuttamina, mutta symbolien merkityksestä materiaalissa ei juuri puhuttu, vakaumukseen vaikuttamisesta kylläkin.¹⁸⁹

Markkinoinnin ymmärtäminen tarpeista lähteväksi enemmän kuin tarpeita luovaksi näkyi Eero Silvastin artikkelissa kulttuurilehti *Pohjoisessa* vuonna 1966. Silvasti näki Hakulisen esittämien ajatusten hengessä markkinoinnin kasvatuksena korkeampaan elintasoon, mutta nosti myös esille ajatuksen markkinoinnista palveluna. Silvasti kirjoitti: "*Tuotantoa ei ohjaa itseriittoinen tuotantovaltainen ajattelu, vaan perille saattaminen, markkinoinnin, laajasti ottaen palvelun ajatus.*"¹⁹⁰ Suomessa ei Silvastin mukaan markkinointia ollut vielä otettu hyötykäyttöön, johtuen Suomen jäykistä mekanismeista ja hitaista reaktioista markkinointiajattelun suhteen. Hänen mukaansa esimerkiksi pesuaineiden osalta oli olemassa "oikeaa" markkinointia, mutta esimerkiksi maataloutta leimasi yhä perinteinen ja yksioikoinen tuottamisen ajatus.¹⁹¹

Niin sanotun suuren yleisön ja markkinointialan sekä mainostamisen välinen suhde ei ollut 1960-luvun alussa vielä aivan mutkaton. Siitä kertoo *Mainostaja*-lehdessä 1960 julkaistu Pertti Hemánuksen artikkeli. Hän oli tuolloin Erva-Latvalalla töissä ja kirjoitti siitä, miten mainosala kaipaasi mainontaa itsekin.¹⁹² Hemánus kirjoittaa, että ison yleisön nihkeä suhtautuminen mainontaan näkyy niin yksityiskeskusteluissa kuin lehtien palstoillakin. Hän esittää, että tällainen suhtautuminen perustui heikkoon asiantuntemukseen ja esimerkiksi suggestioon ja piilomainontaan liittyvät kirjoitukset olivat ruokkineet turhia pelkoja. Hemánus esittää, että yleisölle pitäisi tehdä selväksi mainonnan ja kansantalouden välistä

¹⁸⁸ Levy 1959, 121–122.

¹⁸⁹ Viittaa propagandan perusteet

¹⁹⁰ Silvasti, Eero: Markkinointiajattelun synopsis. *Pohjoinen* 4/1966.

¹⁹¹ Silvasti, Eero: Markkinointiajattelun synopsis. *Pohjoinen* 4/1966.

¹⁹² Hemánus, Pertti: Mainonta kaipaa mainosta. *Mainostaja* 4/1960.

suhdetta ja nostaa keskusteluun myös se, että henkinen kulttuuri tarvitsee aineellista ja taloudellista pohjaa kukoistaakseen, eikä kulttuurin vähäinen arvostus ole mainonnan syytä.¹⁹³

1.3 Kohti 1970-lukua ja kuluttajien aikaa

Suomessa seurattiin tarkkaan Yhdysvaltojen trendejä. Kun amerikkalainen Rosser Reeves kirjoitti pamflettihenkinen opaskirjan *Reality in Advertising* (1961), teos käännettiin ja julkaistiin suomeksi 1963.¹⁹⁴ Rosser Reeves oli tunnettu ja kritisoitukin markkinoinnin alalle tuomistaan uusista teorioista ja tekniikoista. Hän oli luonut käsitteen *unique sales proposition*, USP, ja pyrki karsimaan markkinoinnista myyttisyyttä ja rakentamaan hyvin pragmaattisia kampanjoita. Hän ei uskonut siihen, että vielä 1960-luvullakaan olisi markkinoinnissa voitu käyttää ostajien alitajuntaan vaikuttavia keinoja tai löytää asiakkaiden salaisia vaikuttimia, vaan julisti, että ainoat mainonnan toimivat keinot olivat yksinkertaisia ja näkyviä. Hän ei kieltänyt mielikuvien merkitystä, mutta uskoi erityisesti siihen, että valtavasta viestimäärästä onnistui erottautumaan luomalla uniikin, muista erottuvan, myyntiväitteen ja viestimällä sitä.¹⁹⁵ Tuoreeltaan Reevesin tutkimusta *Mainostaja*-lehdessä laajasti esitellyt O. Stoltzenberg, Liikemainonta Oy:n toimitusjohtaja, suositteli teosta lämpimästi. Hän ei halunnut kuitenkaan ottaa kantaa siihen, onko Reeves oikeassa vai väärässä. Stoltzenberg viittaa artikkelissa siihen, että pioneerihenki oli Suomessa muuttumassa realistien ja realismin maailmaksi myös mainonnassa.¹⁹⁶

Mainosalan vaikuttaja Topi Törmä mainitsi Reevesin kirjan ja tämän kehoitteen poistaa mainonnasta myytit ja vääristelyt pohtiessaan mainonnan tilaa suomalaisessa yhteiskunnassa. Törmä oli huolissaan siitä, miten ahdasmielisesti Suomessa markkinoinnista vielä ajateltiin ja arveli, että vuonna 1964 mainonnan rooli oli samanlaisessa kehitysvaiheessa kuin koko yhteiskunta. ”Mihin suuntaan yhteiskuntamme ja

¹⁹³ Hemánus Pertti: Mainonta kaipaa mainosta. *Mainostaja* 4/1960.

¹⁹⁴ Reeves 1963, 46–98.

¹⁹⁵ Reeves 1963, 46–98; Stoltzenberg O.: Realismi mainonnassa. *Mainostaja* 1/1963.

¹⁹⁶ Stoltzenberg O.: Realismi mainonnassa. *Mainostaja* 1/1963.

yhteiskunnallinen ajattelumme kehittyä, tulee suuresti riippumaan siitä, saako mainonta Suomessa edelleen toimia vapaan yrittämisen äänenä.”¹⁹⁷

Markkinoinnin keinot ja osaaminen kasvoivat 1960-luvulla ja mainokset jäivät osaksi markkinoinnin keinovalikkoa. Esko Mannermaa esitteli *Mainostaja*-lehdessä markkinoinnin keskeiset keinot ja kanavat 1968. Mannermaan esitys osoittaa, että Suomessa elettiin vielä tiukasti tuotelähtöistä aikaa. Kaikki esitetyt keinot, tuotteen ominaisuuksista kulutustrendien analysointiin ja myyntikanavien pohdintaan huomioivat kuluttajan ja asiakkaan erilaisten toimenpiteiden kohteena.¹⁹⁸

1960-luvulla alkoi mainonnasta käytyyn keskusteluun tulla mukaan yhä vahvemmin kuluttajanäkökulma ja toiminnan rehellisyys. Kuluttajapolitiikan institutionaaliset ja juridiset puitteet luotiin varsinaisesti vasta 1970-luvulla, mutta jo aiemmin oli näkyvissä monia kuluttajapolitiikkaan liittyviä elementtejä, esimerkiksi 1965 perustettu Kuluttajaneuvosto ja kuluttajien etujärjestö Kuluttajat – Konsumenterna ry. 1960-luvulla uudistettiin myös mainonnan kansainväliset perussäännöt (International Code of Advertising Practice), joissa korostettiin rehellisen liikekilpailun periaatteita, sekä rehellisyyttä ja totuudellisuutta mainonnan keskeisinä ohjenuorina. Suomalaiset mainosalan järjestöt allekirjoittivat uusitut säännöt 1968.¹⁹⁹

Mainonnan hyödyllisyyttä kuluttajille käsitteli esimerkiksi Kesko Oy:n talousopettaja Anja Sirkiä, joika kirjoitti *Mainostaja*-lehdessä kolumneja kuluttajan näkökulmasta peräänkuuluttaen informatiivisen ja tuotteiden monipuolisen esittelyn sisältävää mainontaa pelkkien mielikuvien ja tunteisiin vetoavien lauseiden sijaan.²⁰⁰ Samasta aiheesta kirjoitti myös Aarno Tertti Mainos Taucher -toimistosta. Kun Sirkiä oli luonnostellut kuluttajaprofiiliksi järkevän ja parhaaseen tietoon valintansa perustavan perheenemännän, Tertti nosti esille tutkimustuloksia siitä, ettei kuluttaja tehnyt valintoja aina saman mallin mukaisesti tai varsinkaan vain tuotteen hyödyllisyyden perusteella. Sama perheenemäntä

¹⁹⁷ Törmä, Topi: Mainonnan "rooli" suomalaisessa yhteiskunnassa. *Mainostaja* 2/1964.

¹⁹⁸ Mannermaa, Esko: Mitä mainosmiehen on tiedettävä markkinoinnista ja sen perusteista. *Mainostaja* 5/1968.

¹⁹⁹ Heinonen 2007, 80–81.

²⁰⁰ Sirkiä, Anja: Mainonta ja kuluttajan valistus. *Mainostaja* 2/1964.

saattoi toimia hintatietoisesti jonkin tuotteen kohdalla, mutta osti silti kalleimman saippuatuotteen mielikuvaan perustuen.²⁰¹ Sekä Tertin että Sirkiän teksteissä kuluttaja rinnastuu suoraan kodin hankintoja hallinnoivaan naiseen. Toisin kuin Sirkiä, Tertti suhtautuu lievän kriittisesti tuolloin rakenteilla olevaan kuluttajaneuvontajärjestelmään. Tertin mukaan mainontaa dynaamisena kilpailuvälineenä ei voitu korvata millään muulla yhtä tehokkaalla toiminnalla, mutta kuluttajaneuvonta voisi toimia sen täydentäjänä. Tässä ja muissakin *Mainostaja*-lehden artikkeleissa peilataan mainontaa ja mainosalaa Suomen talousjärjestelmään, johon esimerkiksi Tertti viittaa ”markkinamekanismin sävyttämänä”.²⁰²

Markkinajärjestelmään viittaa myös Liikemainonta Oy:n Sampsa Ahokas, joka epäili, ettei suomalaisen talousjärjestelmän puitteissa koskaan päästäisi rationaaliseen tuotteiden ostamiseen. Mitä enemmän elintaso ja varallisuus nousisi, sitä enemmän itse tuotteisiinkin liittyisi ominaisuuksia, joita ei valittaisi hyötyperiaatteiden mukaan vaan tunteisiin, mielihyvään ja tyydytykseen vetoavien viestien perusteella.²⁰³ Mainontaa syytettiin henkisten arvojen unohtamisesta, kirjoittaa Ahokas. Vasta-argumenttina hänellä oli taloudelliset perustelut: Olisi kohtuutonta vaatia, että kannattavaa liiketoimintaa harjoittava tuottaja sijoittaisi rahansa vain kansan kasvattamiseen. ”Hänelle täytyy antaa oikeus noudattaa menetelmiä, jotka edistävät hänen liiketoimiaan.”²⁰⁴

Kuluttaja-ajattelua kritisoitiin laajemminkin, näin esimerkiksi mainostoimisto Erva-Latvalan Matti Kallio vuonna 1968. Hän nosti ongelmaksi ylimitoitetun ja mainosvastaisuutta lietsovan median edustajat, varsinkin Yleisradiosta, jotka hänen mukaansa loivat mainosvastaista ilmapiiriä ja olivat saaneet jopa viranomaiset mainospelkoon. ”Jo kansakoulun penkillä lapsiin istutetaan todellisuudelle vieras asennoituminen kauppaan ja mainontaan erikoisesti.”²⁰⁵ Erityisen vaarallisena nähtiin Kallion mukaan suggestio, jolla uskottiin voivan vaikuttaa kuluttajaan, miten tahansa. Kallio puolustelee suggestion käyttöä kuitenkin sillä, että kaikkialla vaikutetaan, jo lasten

²⁰¹ Tertti, Aarno: Kuluttaja – valistunut ostaja vai mainonnan uhri? *Mainostaja* 3/1964.

²⁰² Tertti, Aarno: Kuluttaja – valistunut ostaja vai mainonnan uhri? *Mainostaja* 3/1964.

²⁰³ Ahokas, Sampsa J.: Nukkuuko suomalainen kuluttaja? *Mainostaja* 4/1964.

²⁰⁴ Ahokas, Sampsa J.: Nukkuuko suomalainen kuluttaja? *Mainostaja* 4/1964.

²⁰⁵ Kallio, Matti: Onko kuluttajainvalistajilla paha tahto? *Mainostaja* 3/1968.

satukirjoista alkaen. Mainoksia syytettiin myös valheellisuudesta, mutta näitä syytöksiä Kallio kritisoi valheellisiksi. Mainonta oli ja pysyi subjektiivisena, kirjoittaa Kallio. Puolueettomien vertailujen teko olisi sen sijaan hänen mielestään kuluttajavalistuksen tehtävä.²⁰⁶ Epäilyjä mainonnalla manipuloinnista oli esitetty jo paljon aikaisemminkin. *Mainostaja*-lehdessä oli kyllä käsitelty monessa artikkelissa uusimpia, varsinkin yhdysvaltalaisia, alan trendejä, mutta artikkeleissa oli esitetty myös niistä kritiikkiä.²⁰⁷ Varsinkin niin sanottu aavemyynti eli liikkuvaan kuvaan leikatut ostamiseen tai tiettyyn tekemiseen yllyttäviksi tarkoitetut huomaamattomat viestit ja kuvat tyrmättiin *Mainostaja*-lehdessä huuhaana, sillä tehdyissä kokeissa ei todellista näyttöä piiloviestien vaikuttavuudesta ollut voitu todistaa.²⁰⁸

Toinen mainosalan ammattilainen, Matti Larres, puolestaan vertasi kuluttajavalistusta vuonna 1968 samanlaiseen tilanteeseen kuin mainosala oli ollut 1920-luvulla. Pioneerivaiheeseen, johon liittyi paljon innostusta ja paljon ei-asiantuntevaa kirjoittelua.²⁰⁹ *Kuluttaja*-lehden päätoimittaja ja 1965 perustetun kuluttajaneuvoston puheenjohtaja Riitta Ritvala kirjoitti väärinymmärryksestä mainosalan ja kuluttajavalistuksen välillä, mutta esitti väärinkäsityksen syyksi ”eräiden tunnettujen markkinointimiesten” esittämän ajatuksen, että kuluttajavalistus jakaisi yhteiskunnan kahteen leiriin. Ritvala penäsi mainostoimistoihin vastuullisia mainostajia ja yhteistyötä eri tahojen välillä.²¹⁰ Kaikki nämä puheenvuorot kertovat siitä, että suhtautuminen markkinointiin ja mainontaan vaihteli eri intressitahojen välillä.

²⁰⁶ Kallio, Matti: Onko kuluttajainvalistajilla paha tahto? *Mainostaja* 3/1968.

²⁰⁷ Yleisistä ja uusimmista psykologian periaatteista ja niin sanotuista ostoapelleista, motivaatiotutkimuksesta, näkymättömästä myynnistä ja suggestiosta katso muun muassa Piha, Kalevi: Psykologian periaatteiden hyväksikäyttö mainonnassa. *Mainostaja* 4/1957; Puranen Erkki: Ostaja on ongelma. *Mainostaja* 2/1958; Pasanen Jorma: Ajatuksia näkymättömän myynnin kokeilusta. *Mainostaja* 1/1959; Ekman, Taisto: Suggestiivisen ja harkintaan vetoavan mainostekstin käytöstä. *Mainostaja* 1/1959.

²⁰⁸ Pasanen, Jorma: Ajatuksia näkymättömän myynnin kokeilusta. *Mainostaja* 1/1959.

²⁰⁹ Larres, Matti: Kootut kuluneet fraasit mainonnasta ja joitakin vastaväitteitä muistimme virkistämiseksi. *Mainostaja* 3/1968.

²¹⁰ Ritvala, Riitta: Kuluttajan näkökulma. *Mainostaja* 1/1969.

Suomalainen talousjärjestelmä oli vielä 1960-luvulla osin sulkeutunut talous, vaikka ulkomaankaupan ja siinä varsinkin metsäteollisuuden merkitys oli suuri. Monet alat toimivat suojatusti kotimaan markkinoilla tai enintään Neuvostoliiton bilateraali-kaupassa.²¹¹ Suomi oli liittynyt 1961 Euroopan vapaakauppajärjestykseen erillisellä sopimuksella. Vaikka kotimarkkinateollisuus oli vahva eikä ulkomaalaisten tuotteiden tuonti ja markkinat olleet vielä kovin suuria, tuotiin Suomeen markkinointiajattelua ja markkinoinnin kansainvälisiä ideoita silti edelleen monin tavoin.

Tuolloin Helsingin kauppakorkeakoulussa opettanut Martti Särkisilta selitti mainonnan tarpeellisuuden suorana seurauksena tuotannon tehostumisesta ja taloudellisesta kasvusta. Massatuotanto edellytti massamarkkinointia, jotta markkinat toimivat ja talouden kasvu jatkuu. Kehittyneissä talouksissa mainonta toimi Särkisillan mukaan kulutusta lisäävänä tekijänä ja kehittymättömissä maissa mainonta puolestaan toimi hidastavana tekijänä. Särkisilta kirjoitti myös mainonnan vaikutuksesta eri suhdanteissa. Suomen tilanteesta hän antoi arvion, että mainonta kuului välttämättömyydellä myös suomalaisen kasvutalouden kuvaan, ja että sitä tarvittiin kulutuskysyntää voimistavana tekijänä. Hänen mukaansa mainonnalla ei tässä suhteessa ollut taloudellista kasvua edistävänä tekijänä kuitenkaan samaa merkitystä kuin USA:ssa.²¹²

Särkisilta nostaa mainonnan mahdollisen ongelmallisuuden tuontipaineen kasvuun johtavan kysynnän edistäjänä. Sen sijaan viennin edistämisessä mainontaa hänen mukaansa kyllä kannattaisi hyödyntää.²¹³ Särkisillan artikkeli kertoo siitä, että markkinoinnin rooli ymmärrettiin edelleen pääosin mainostamisena eikä markkinoinnin kansantaloudellista merkitystä nähty julkisessa keskustelussa sillä tavoin kuin alan ammattilaiset olisivat sen halunneet tuoda esille.

Myös arvioitu henkisten arvojen lasku ja massakulttuurin nousu herättivät keskustelua. Muusikko, television Levyraati-ohjelman kehittäjä ja mainosalan ammattilainen Jaakko Jahnukainen kirjoitti espanjalaisen filosofin Jose Ortega y Gassetin teoksen *Massojen*

²¹¹ Jensen-Eriksen 2012, 267–268.

²¹² Särkisilta, Martti: Mainonta ja taloudellinen kasvu, *Mainostaja* 5/1966.

²¹³ Särkisilta, Martti: Mainonta ja taloudellinen kasvu, *Mainostaja* 5/1966.

*kapina*²¹⁴ innoittamana keskinkertaisuuden ideologian leviämisestä. Keskinkertaisuuden moottorina toimi Jahnukaisen mukaan television, radion ja lehdistön lisäksi merkittävässä määrin myös mainonta. Jahnukainen selittää populaarikulttuurin nousun vastareaktiona korkeakulttuurin ja tieteen vaikeaselkoisuudelle.²¹⁵ Liian ylivoimaisten huippuihmisten vastapainoksi oli syntynyt pop-kultti, jonka esikuvina toimivat turvallisen tajuttavat, kansanomaiset, keskinkertaiset ja siksi niin suosittu pop-henkilöt, kirjoittaa Jahnukainen. Mainonnan ongelmana tuli silti olemaan se, miten saada yleisö loputtomiin luottamaan ja uskomaan siihen, mitä heille sanottiin, kun adjektiivit oli pian käytetty loppuun ja äidin hellävaraisia käsiä ihailevat lapset oli jo kuvattu. Jahnukainen peräänkuulutti mainostajilta pyrkimystä vilpittömästi liittyä kansaan ja aikaan, eikä esittää arvoarvostelmia keskinkertaisesta kansasta.²¹⁶

Vastauksena mainontaa kohtaan osoitettuun kritiikkiin Myynnin ja mainonnan tiedotuskeskus toteutti yhdessä Suomen Gallup Oy:n kanssa tutkimuksen yleisön asennoitumisesta mainontaan. Raija Harju tiivistä tutkimuksen tulokset *Mainostaja*-lehdessä paljon puhuvalla otsikolla ”Hyvänen aika, eikö mainonta olekaan pahasta?”.²¹⁷ Tutkimuksen mukaan valtaosa yleisöstä suhtautui myönteisesti mainontaan ja vain kymmenesosa kielteisesti. Nuoriso oli mainonnalle myönteisin ryhmä ja maanviljelijät kielteisin. Puolet vastaajista koki, ettei mainonta ollut johtanut heitä harhaan. Vastaajat mielsivät mainonnan samaan ryhmään muodin, tv-ohjelmien ja elokuvien kanssa. Toinen tutkimustuloksista muodostunut asiakokonaisuus nimettiin tiedolliseksi ryhmäksi, johon kuuluivat muun muassa eduskunnan toiminta, kuluttajavalistus ja kirjallisuus. Myönteisesti mainontaan suhtautuvat seurasivat mainontaa aktiivisesti. Kielteisesti suhtautuvat taas olivat lievästi aktiivisia yhteiskunnallisesti. Välinpitämättömästi mainontaan suhtautuvat olivat välinpitämättömiä kaikilla muillakin sektoreilla. Vastaajaryhmissä ei ollut selkeästi identifioitavaa mainontaan negatiivisesti suhtautuvaa ryhmää. Puoluekannasta oli viitteitä

²¹⁴ Ensimmäinen painos 1929, suomennos vuodelta 1952.

²¹⁵ Jahnukainen, Jaakko: Onko mainosmiehen oltava pop? *Mainostaja* 3/1965.

²¹⁶ Jahnukainen, Jaakko: Onko mainosmiehen oltava pop? *Mainostaja* 3/1965.

²¹⁷ Harju, Raija: Hyvänen aika, eikö mainonta olekaan pahasta. *Mainostaja* 2/1971.

lähinnä vain myönteisestä suhtautumisesta: oikeiston ja sosiaalidemokraattien kannattajat suhtautuivat mainontaan positiivisimmin.²¹⁸

1970-luvulla markkinointiin tuli selkeämmin mukaan yhtenä osa-alueena yrityskuvan kehittäminen. Yritysten mainetta oli toki edistetty monin tavoin jo pitkään, mutta varsinaisesta yrityskuvasta ja sen tavoitteellisesta rakentamisesta alettiin puhua 1970-luvulla. Samaan aikaan alettiin esimerkiksi Lahden muotoiluinstituutissa opettaa yritysilmeeen ja yhtenäisen graafisen ohjeistuksen tekemistä. Muun muassa Ahlström kokeili tavoitteellista yrityskuvamainontaa vuonna 1971 tavoitteena tuoda esille yritysten liikevoiton merkitys kansakunnalle. Mainonnan tarkoitus oli reagoida vasemmiston ja varsinkin nuorten vasemmistolaisten kulttuuriradikaalien kannanottoihin, esimerkiksi Kristiina Halkolan esittämään ja Kaj Chydeniuksen säveltämään *Lauluun 20 perheestä*. Ahlströmin viestintävastaavat tekivät mainostoimisto SEK:in kanssa muun muassa *Hymyssä* ja *Kansan Uutisissa* levitetyn mainoskampanjan. Mainoksissa oli kuvattu erilaisten tekemisten perusteluja sekä teksti "*Ahlström on liikeyritys. Sen tulee tuottaa voittoa, jotta toiminnan jatkuvuus olisi taattu. Yhteiskunta odottaa sen luovan työpaikkoja. Jokainen meistä haluaa työtä ja paremman elintason. Ahlström*".²¹⁹

1970-luvun taitteen vasemmistolaisten nuorten kulttuuri-ihmisten näkemys mainonnasta saattoi lopultakin olla samaa kritiikin juurta, jota oli kohdistettu mainontaan niin Suomessa kuin Yhdysvalloissa monta kymmentä vuotta aiemminkin. Ahlströmin puolustus oman toimintansa merkittävydestä olisi voinut olla myös markkinointialan puolustuspuhe. Markkinoinnin ammattilaiset olivat vuosikymmenet nähneet itsensä suomalaisen liike-elämän edistäjinä sekä kansalaisten ja myöhemmin kuluttajien palvelijoina. Toisaalta alalla käytetyistä oppikirjoista ja muista materiaaleista paljastuu, että varsinkin 1950-luvulla markkinointi perustui hyvin suunniteltuun ja jossain määrin häikäilemättömyyteenkin ajatteluun ihmisistä vaikutettavina kohteina. Kuitenkin suomalainen markkinointimaailma esitti olevansa kohtuullinen verrattuna Ruotsin "humpuukimainontaan". Moderneja ajatuksia markkinoinnista palveluna ja tarpeiden luoja tuli esille joissain ammattilaisten pohdinnoissa, mutta yleisesti elettiin tuotelähtöisen markkinoinnin aikaa ja "vastaanottaja" tai kuluttaja nähtiin markkinointiviestin kohteena eikä suhteen rakentajana.

²¹⁸ Harju, Raija: Hyvän aika, eikö mainonta olekaan pahasta. *Mainostaja* 2/1971.

²¹⁹ von Hertzen 2012, 165–176.

2 Kirjallisuuden markkinoinnin ja myynnin keinot

Tässä luvussa tutkin ja analysoin kirjallisuuden myyntiä ja markkinointia eli niitä toimenpiteitä ja viestejä, jotka esimerkiksi edellä mainittu Silvasti näki riittämättöminä. Painopiste luvussa analysoiduissa teksteissä ja toimenpiteissä on viihdekirjallisuudessa ja Anni Polvan kirjojen myynnissä sekä Kariston markkinointiviestinnässä.

2.1 Näkemyksiä kirjallisuuden markkinoinnista

Kaupallisuus erotti viihteen taiteesta ja määrittyi viihdekirjoille eri tavoin kuin varsinaiseksi kaunokirjallisuudeksi luokitelluille teoksille. Toisaalta myös kaunokirjallisuutta kirjoittavia saatettiin kritisoida menestyksestä, kuten esimerkiksi Olavi Paavolainen kritisoidessaan 1930-luvun alussa Mika Waltaria tämän menestyksestä. Paavolainen kritisoi Waltaria rahalle persoksi ja arvioi, että menestys perustui suotuisiin markkinoihin ja mainontaan ja syytti Waltaria liiasta tuotteliaisuudesta.²²⁰ Sodan jälkeen Waltarin ohella suosituin suomalainen kirjailija lienee ollut Väinö Linna. Myyntimenestykseksi nousutta *Tuntematonta sotilasta* tai myöhempää *Pohjantähti*-trilogiaa ei kuitenkaan kritisoitu kaupallisiksi, vaan Linnaan kohdistunut kritiikki perustui eriäviin menneisyystulkintoihin ja toisaalta uuden sukupolvenkirjallisuuskriitikoiden kirjallisuuskäsityksiin.²²¹

Tuntemattoman sotilaan vaikuttavuutta käsiteltiin silti myös *Mainostaja*-lehdessä, jossa Aarni Krohn analysoi teoksen käyttömahdollisuuksia markkinoinnin näkökulmasta. Krohn ehdottaa kirjoituksessaan, että valtio voisi hyödyntää *Tuntematonta* propagandassaan yhteishengen luomiseksi maahan ja teoksen käännöksiä sekä näkyvyyttä ulkomailla voisi hyödyntää matkailun edistämisessä ja yleensä Suomen tunnetuksi tekemisessä. ”*Väinö*

²²⁰ Häggman 2017, 171–174. Häggman mainitsee Paavolaisen kritisoineen Waltarin ohella myös muun muassa Unto Seppästä, Arvi Kivimaata ja Unto Karria rahalle persoiksi ja viittasi Seppäsen rakentaneen Kannakselle tornilla varustetun kanalan palkkioillaan. Oikeasti Seppänen oli kunnostuttanut vanhaan kanalaan vaatimattoman työtilan.

²²¹ Nummi, Jyrki: Linna, Väinö. Kansallisbiografia-verkkojulkaisu. Studia Biographica 4. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1997- (viitattu 21.4.2018). Linnan kuuluisin kriitikko lienee Helsingin Sanomissa kriittisen arvostelun *Tuntemattomasta sotilaasta* 1954 kirjoittanut Toini Havu. Havun kirjoitus aiheutti ison kohun ja sen on sanottu nostaneen Linnan julkisuuteen ja lisänneen kirjan menekkiä ja suosiota. Väittely *Tuntemattomasta* näyttäytyi nopeasti modernistien ja konservatiivien välisenä kiistana.

Linna on luonut teoksen, jonka arvo on suuri kirjalliselta kannalta propagandaan saakka”, Krohn toteaa.²²²

Krohnin kirjoitus kertoo siitä, kuinka kulttuurituotteiden mahdollisuudet osattiin nähdä paljon laajemmin kuin vain taiteen tai kirjallisuuden kentän näkökulmasta. Toisaalta huomioitiin myös tyylikkyyden ja asiallisuuden merkitys kulttuurin mainostamisessa. Tästä on viitteenä *Mainostajassa* vuonna 1950 esitelty *New York Timesin* sunnuntailiitteen mainos, jossa Waltarin *Sinuhea* markkinoitiin yhdessä egyptiläiskuvioitujen solmioiden kanssa. Kuvatekstinä oli paljon puhuvasti ”Amerikkalaista tyyliä!”²²³ *The Egyptian* -teos ja *Egyptian fantasies* -solmiot paketoituna samaan mainokseen varmasti naurattivat 1950-luvun mainostajia Suomessa. Kulttuurin tuotteistamisen ja brändäämisen haastavuudesta vielä lähes 60 vuotta myöhemminkin kertovat ne lukuisat internetmeemit, joita tehtiin loppukesästä 2017 lanseeratuista *Tuntematon sotilas* -brändätyistä siivousvälineistä, erityisesti Sini-tuotteen vessaharjoista.²²⁴ Viihde-elokuvien ja viihdekirjallisuuden tuotteistaminen on ollut yleistä jo vuosikymmeniä, mutta kansallisten ikonien kaupallistaminen sekä tuotteistaminen on edelleen Suomessa arka aihe.

Kulttuurin ja markkinoinnin suhdetta pohti vuonna 1955 Jouko Tyyri, joka ehdotti, että perustettaisiin kulttuurin mainostoimisto ja rahoituksen siihen voisi saada vaikkapa Suomen Kulttuurirahastolta.²²⁵ Aarni Krohn jatkoi tätä ideointia pohtimalla sitä, miten mainontaa voisi käyttää edistämään kulttuuri- ja taide-elämän tunnettuutta ja osallistujien määrää. Krohn muotoilee ehdotuksensa varovaisesti, viitaten taiteen erityislaatuuteen. Sana mainonta ”(...) ei ole aivan sovelias kun puhutaan kulttuurista”, Krohn kirjoittaa.²²⁶ Hän huomauttaa, että oli paradoksaalista, että tehokkain menetelmä kulttuurin edistämiseen on

²²² Krohn, Aarni: Väinö Linnan ”Tuntematon sotilas” propagandamiehen näkökulmasta. *Mainostaja* 3/1955.

²²³ Amerikkalaista tyyliä! *Mainostaja* 2/1950.

²²⁴ Esim. Hallamaa Laura: Historioitsija tuomitsee: ”Banaaliuden raja on ylittynyt, jos myydään wc-harjoja” – menikö Tuntemattoman sotilaan tuotteistaminen liian pitkälle? *Helsingin Sanomat* 3.8.2017; Ylä-Anttila, Aleks: Markkinointi-ilmiö Tuntematon sotilas ei sisällä tuotesijoittelua. *Markkinointi ja Mainonta* 25.9.2017.

²²⁵ Tyyri, Jouko: Suomen kulttuurin mainostamo. *Mainostaja* 1/1955.

²²⁶ Krohn, Aarni: Kulttuurin mainonta. *Mainostaja* 1/1957.

”sama, jonka avulla ennen muuta materialismi on saavuttanut suurimmat voittonsa”.²²⁷

Tyyrin tavoin Krohn ehdotti erityistä kulttuurin alan mainostoimistoa, joka osaisi parhaiten edistää taiteen ja kulttuurin alan toimijoiden tavoitteita.²²⁸

Toini Havu puolestaan kirjoitti Helsingin Sanomissa Aleksis Kiven päivänä 1959 kirjallisuuden mainostamisesta. Havun mukaan kirjallisten arvojen ja mainonnan välillä oli ilmeinen epäsuhte, sillä mainonta keskitettiin hänen mukaansa liian usein tiettyihin hyvin kauppansa tekeviin, joskus sensaatioarvolla ratsastaviin, teoksiin kun samalla laadukas, vähemmän huomiota herättävä kirjallisuus jäi ilman huomiota. Havun mielestä mainonta väärin lukemista, sillä moni arvokas teos jäi ”harvoihin kohteisiin pitäytyvän mainonnan *Juggernautin-vaunujen alle*”.²²⁹

Suomalainen kulttuurimaisema noudatteli eurooppalaisten ja angloamerikkalaisen kulttuurien trendejä 1950- ja 1960-luvuilla. Länsimaissa varsinkin 1960-luvulla kaupallinen massakulttuuri alkoi näkyä kirjoituksissa ja kommentteissa yhä useammin moraalisen uhan sijaan lupauksena uudesta. Kulutusyhteiskuntaa ja populaarikulttuuria tutkinut Daniel Horowitz esittää muutoksen syyksi hyvinkin yksinkertaisen asian: tavaroita, palveluita, kulttuurituotteita ja -tuotantoa alkoi olla niin paljon tarjolla, että siltä ei yksinkertaisesti enää voitu sulkea silmiä. Ja ennen kaikkea, oli syntynyt uusi sukupolvi, jolle kulutusyhteiskunta oli tavallinen ja oma ympäristö.²³⁰

Markkinointipuheessa tämä näkyi esimerkiksi Eero Silvastin kirjoituksessa *Pohjoisessa* 1966. Hän pohti paitsi Suomen yleistä markkinoinnin tilaa myös kulttuurin ja kirjallisuuden suhdetta markkinointiajatteluun – tai sen puutetta. Silvastin mielestä kirjojen markkinoinnissa ei ollut kyetty soveltamaan nykyaikaisen markkinoinnin periaatteita. Hän kirjoittaa muutoksesta ja muutoksessa elämisen välttämättömyydestä, jota markkinointiajattelu myös hänen mukaansa oli, viitaten luovaan tuhoon positiivisena muutoksen voimana. ”*Kulttuuripolitiikassa tämä merkitsee luopumista isiltä perityistä*

²²⁷ Krohn, Aarni: Kulttuurin mainonta. *Mainostaja* 1/1957.

²²⁸ Krohn, Aarni: Kulttuurin mainonta. *Mainostaja* 1/1957.

²²⁹ Havu, Toini: Kirjallisuus ja mainonta. *Helsingin Sanomat* 10.10. 1959.

²³⁰ Horowitz 2012, 6–8.

arvoista, päämääristä ja menetelmistä luopumista. Suomalainen kulttuuripolitiikka ei kuitenkaan vielä tunne eikä tunnusta muutosta, liikettä, kasvua eikä markkinointia."²³¹

Silvasti menee pohdinnassaan niin pitkälle, että kysyy, onko kustantajilla ymmärrystä siitä, missä ja minkä verran erityyppiselle kirjallisuudelle on potentiaalia ja muodostuuko tuotantovalikoima markkinoiden vai kokemuksen mukaan. Hän viittasi kirjakauppojen, ”kirjojen jakelupisteiden”, harvalukuisuuteen ja rinnasti ne Alkon myymälöihin. Silvasti huomauttaa, että markkinoinnin näkökulmasta myös kansansivistystyö eli varhaisindustrialistista ja passiivista jakelun aikaa. Kansansivistys oli kuin epämääräinen, yksilöimätön, muuttumaton sivistyspääoma, jota jakelijoiden avulla yritettiin saada kasvattien omistukseen.²³²

2.2 Kirjallisuuden ansaintalogiikka

Kirjamarkkinoiden toimintaa hallitsi 1950-luvun alussa Suomen Kustannusyhdistys sekä Kirjakauppiasliitto. Kustannusyhdistyksessä oli 1950-luvulla noin 30 jäsentä, suurimpina WSOY ja Otava, 1900-luvun alkupuolella perustetuista kustantamoista K. J. Gummerus ja Arvi A. Karisto sekä osuuskunta- ja osuuskauppataustaiset Tammi ja Kirjayhtymä. Kustantajien ja kirjakauppiaiden yhteiset pelisäännöt määriteltiin vuonna 1951 yhteistyövaliokunnan päättämällä kirjakauppasäännöillä. Sääntely ei ulottunut aivan kaikkiin toimijoihin, mutta kartellisoituneen toiminnan ulkopuolella toimivien kauppojen merkitys oli vähäinen.²³³ Käytännössä kirjakauppa-ala säilyi säänneltynä ja kustantaja- sekä kauppiasjärjestöjen määräysvallassa vuoteen 1971.²³⁴

Vaikka kirja-ala oli vahvasti säädeltyä 1970-luvun alkuun asti, piti kustantajien ja kirjakauppojen toki edistää myyntiä monin keinoin. Kirja-alalla oli tehty jonkinlaista markkinointia jo pitkään. 1920-luvulla järjestettiin messuja ja kirjallisuustapahtumia, muun muassa ensimmäinen kirjallisuusviikko-tapahtuma loppusyksystä 1921. Alan keskeiset toimijat, kuten Kirjavälitys, Kirjakauppiasliitto ja Kustannusyhdistys, kehittivät keinoja

²³¹ Silvasti, Eero: Markkinointiajattelun synopsis. *Pohjoinen* 4/1966.

²³² Silvasti, Eero: Markkinointiajattelun synopsis. *Pohjoinen* 4/1966.

²³³ Häggman 2012, 245.

²³⁴ Reenpää 2003, 19–20.

kirjojen markkinointiin, mutta silti vielä 1960-luvulla oli kirjakauppoja, joissa ei myynnin edistämiseen markkinoinnin keinoin juurikaan uskottu.²³⁵ Kirja-alalle oli tyypillistä, että kustantamot ja kirjakaupat käyttivät suhteellisen vähän mainostoimistojen palveluita ja mainonta hoidettiin usein itse.²³⁶

Kirjakaupat olivat toimineet jo 1800-luvulta asti edelläkävijöinä lehti-ilmoittelussa ja muun muassa aloittivat kausittaisen ilmoittelunsa 1800-luvun jälkipuolella, jolloin ilmoituksissa alkoi näkyä pyrkimystä visuaaliseen erottautumiseen ja myös kuvalaattoja saatettiin käyttää tehokeinona.²³⁷ Markkinointiviestintää, esimerkiksi lehtimainoksia ja julisteita, oli toki ollut jo pitkään, mutta tyyliltään tämä markkinointiviestintä oli hillittyä ja informatiivista. Muutos kustantajien asenteessa tapahtui viimeistään 1940-luvun lopulla, kun sota-ajan kirjamyynnin huippuvuodet päättyivät ja asiakkaista oli alettava taistella uusin keinoin.²³⁸

Myynti- ja Mainoskoulun myyjäkurssin diplomitöinä 1951 teetetty tutkimus kaupallisesta ilmoittelusta tavararyhmittäin kotimaisissa sanoma- ja aikakauslehdissä paljastaa, että kustannusala oli palstamillimetrein laskettuna neljänneksi suurin ilmoittaja. Suurimpana tuoteryhmänä olivat toilettitarvikkeet, mikä oli kansainvälisestikin trendinä, toisena elintarvikkeet ja kolmantena pankit sekä vakuutuslaitokset. Kirja-alan ilmoittelusta 66 prosenttia oli lähtöisin kahdelta suurimmalta kustantajalta.²³⁹

Polvan kustantajalla Arvi A. Karisto Oy:llä oli ollut kustantamona pitkään vallalla markkinointia, varsinkin mainoksia, kaihtava linja. Yrityksen perustaja ja toimitusjohtaja Arvi A. Karisto ei uskonut mainonnan tehoon kirjan myynnin edistäjänä. Juhani Niemen mukaan Kariston kustannusliikkeen imagostrategiaa ei 1950-luvulla ollut rakennettu

²³⁵ Santonen 2003, 29.

²³⁶ Palén, Pentti & Kurkinen, Pekka: Kirjamarkkinat muuttuvat. *Mainostaja* 6/1972.

²³⁷ Salovaara, Liisa: Piirteitä kirjailimoittelusta viime vuosisadalla. *Mainostaja* 1/1952.

²³⁸ Lassila 1990, 59–60.

²³⁹ Nikkinen, Matti: Valtakunnallisesta kaupallisesta ilmoittelusta tavararyhmittäin v. 1951. *Mainostaja* 2/1952. Nikkinen ei mainitse kustantajien nimiä, mutta oletettavasti kyse on WSOY:stä ja Otavasta. Tutkimus tehtiin keskeisistä sanomalehdistä sekä otoksesta aikakausi- ja ammattilehtiä.

aggressiivisen näkyvyyden varaan.²⁴⁰ Polvakin mainitsi kirjailijahaastatteluissa uransa alkuaikojen vähäisestä panostuksesta mainontaan, eikä ollut tyytyväinen tähän linjaan.²⁴¹

1950-luvun puolivälissä Kariston johtajisto vaihtui lähes kokonaan ja samalla uudistettiin toimintakulttuuria. Arvi A. Kariston veljenpojasta Onni-Sakari Karistosta tuli alkuun apulaisjohtaja ja tosiasiallisesti hän myös johti yritystä 1950-luvun lopulta alkaen.²⁴² Martti Qvististä tuli yhtiön kirjallinen johtaja 1956. Qvistillä oli suuri vaikutus muun muassa Kariston asemaan tietokirjallisuuden alueella, sillä hänellä oli hyvät yhteydet Yhteiskunnallisen korkeakoulun opettajiin ja tutkijoihin. Yhtiön kaunokirjallinen linja kohentui muutosten myötä, kun huomiota alettiin kiinnittää aiempaa huomattavasti enemmän ajankohtaisiin ilmiöihin ja trendeihin. Niemen mukaan kustantamon imago parani pääkaupunkilaislehtien palstoilla ja myös modernistit löysivät Kariston.²⁴³ 1950-luvun lopulla Karisto panosti myös käännöskirjallisuuteen ja 1960-luvun alusta kotimaisen kaunokirjallisuuden kustantaminen sai uutta nuorta puhtia. Uusissa kirjailijoissa näkyi pohjoinen ulottuvuus useiden pohjoisesta kotoisin olevien tai aktiivisesti pohjoisen näkökulmaa esille tuovien kirjailijoiden ja oman henkilöstön myötä.²⁴⁴

Uudistukset ulottuivat myös markkinointiin. Onni-Sakari Karisto, koulutukseltaan ekonomi, panosti siihen edeltäjiään huomattavasti enemmän. Karistolla alettiin seurata yhtiön kirjoista lehdissä julkaistuja arviointeja ja muita mainintoja lehdissä ja radiossa. Markkinoinnin näkyvyys ei korreloinut aina myynnin kanssa. Juhani Niemi ottaa esimerkiksi Anni Polvan,

²⁴⁰ Niemi 2000, 118.

²⁴¹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

²⁴² Monet kustannus- ja myöhemmät media-alan yritykset ovat olleet kansainvälisesti ja Pohjoismaissa perheyhtiöitä. Media-alan perheyhtiöitä ovat tutkineet Susanna Fellman ja Pirkko Leino-Kaukiainen. Fellman & Leino-Kaukiainen, 2006.

²⁴³ Niemi 2000, 122–124, 132.

²⁴⁴ Pohjois-Suomesta olivat kotoisin tai kirjoittivat muun muassa Veikko Haakana, Jorma Etto ja 1960-luvulla ensin lausunnonantajana ja sitten kotimaisen kirjallisuuden osaston johtajana toiminut Erno Paasilinna.

jonka romaaneista kirjoitettiin vain vähän lehdissä, mutta joista kertyi enemmän tuottoa kuin muista kustannustuotteista.²⁴⁵

Markkinoinnin kannalta kirjallisuudessa oli useita eri alueita. Oli klassikkoja, rajatun yleisön tietokirjoja, oppikirjoja, kalliita ja oman myyntikanavansa kautta myytäviä tietosanakirjasarjoja, runoutta, uutta ja tuntematonta kaunokirjallisuutta sekä vakiintuneiden kirjailijoiden teoksia, joilla oli jo oma yleisönsä. Sitten olivat Tammen Untamo Utrion nimeämät "päiväperhoset" eli ne viihdekirjat, jotka ylittivät kepeästi katerajan ja jotka tuottivat kustantamoille voittoa. Utrion oman näkemyksen mukaan taiteellinen kirjallisuus oli harvojen asia, eikä tätä lukijaryhmää kasvatettu mainonnalla. Hän ihmetteli sitä, miksi kotimaista kaunokirjallisuutta kuitenkin mainostettiin lehti-ilmoituksilla, vaikka näistä paljonkin mainostetuista teoksista ei otettu lopulta edes toista painosta.²⁴⁶

Kustantajien näkökulmasta alan ansaintalogiikka oli riskialtis ja kustannusliikkeelle oli tärkeää saada vuosittain ainakin yksi tai mieluummin useampi hyvämyyntinen kirja.²⁴⁷ Kustannusalan ansaintaa polemisoinut Utrio painotti, että teoksen painosmäärä oli kustantajalle oleellisin myynnin katteeseen ja kirjan hinnanmuodostukseen vaikuttanut seikka. Painoksen suuruus määräsi hinnan ja kate määräytyi sen mukaan, miten hyvin painos saatiin myydyksi. Kirjan voitollinen kateraja saavutettiin, karkeasti laskettuna, kun nettopainoksesta saatiin myydyksi kaksi kolmasosaa. Koko painoksen, eli viimeisen kolmasosan, myynti näkyi siten suoraan katteessa.²⁴⁸ Utrio vertasi kustannusalaa pokeripeliin, eikä syyttä.

Erityisen tappiollista toimintaa kustantajille näytti olevan kotimaisen kaunokirjallisuuden julkaiseminen. Esimerkiksi Tammen 1960–1966 julkaisemista 99 kotimaisesta kaunokirjallisesta teoksesta oli vuonna 1967 tuottanut voittoa 22 teosta, yhdeksän kattanut tuotantokustannukset ja 68 tehnyt tappiota.²⁴⁹ Kustantajat eivät kuitenkaan voineet toimia vain voittoperiaatteen mukaisesti, sillä Utrion mukaan vain vankka kirjavarasto oli terve

²⁴⁵ Niemi 2000, 147.

²⁴⁶ Utrio 1968, 97.

²⁴⁷ Utrio 1968, 29.

²⁴⁸ Utrio 1968, 82–83.

²⁴⁹ Utrio 1968, 30–31.

toiminnan perusta. Kirjavarastolla Utrio tarkoitti kirjoja, joille riitti yleisöä pitkään, ja joka oli mahdollista muuttaa uusiksi painoksiksi ja siten kassavirraksi. Suomalaista kaunokirjallisuutta kustansi pääasiassa 10 suurinta Suomen Kustannusyhdistyksen jäsentä, suurimpina WSOY ja Otava.²⁵⁰

Suomessa julkaistiin 1963 noin 450 kaunokirjallisuudeksi luokiteltua uutta teosta. Julkaisumäärässä tapahtui pieni notkahdus 1960-luvun loppua kohden, sillä 1968 julkaistiin vähemmän, 327 teosta ja 1973 taas 454. Kotimaisia uusia nimikkeitä julkaistiin 1963 179 kappaletta, 1968 143 kappaletta ja 1973 241 kappaletta.²⁵¹ Kustantajat eivät eläneet pelkällä kaunokirjallisuudella, vaan oppikirjat olivat tärkeä kivijalka suurimmille kustantajille.

Menekkikirjat, joiden kate oli hyvä, olivat tavallisesti ajanvietettä, rakkautta, romantiikkaa ja jännitystä. Keskikokoinen kustannusliike saattoi Utrion mukaan päästä kohtuulliseen tulokseen tuottamalla vuodessa muutaman hyvin myyvän kirjan, vaikka sitten päiväperhosen, joka nousi nopeasti katerajan yli ja myi parhaimmillaan tuhansia, jopa kymmeniä tuhansia lisää.

Utrion näkemys oli kaksijakoinen. Hänen oma kustantamonsa Tammi julkaisi hyvin myyneitä ja huonoksi ajanvietteeksi leimattuja Netta Muskett -kirjoja, joita painettiin vuosina 1944–1967 yhteensä 573 000 kappaletta.²⁵² Utrio ei hävennyt Muskettin julkaisemista, vaan kuvasi, miten tämän tuoton turvin Tammi saattoi Keltaisessa kirjastossa julkaista muun muassa Moravian, Faulknerin, Joycen, Sartren, Kafkan ja Bellow'n teoksia. Tätä oli Utrion mukaan kustantajien kaupallisuus.²⁵³ Sama näkemys tulee ilmi esimerkiksi *Kirjastolehden* liitteen, *Arvostelevan kirjaluettelon*, Netta Muskett -kirjojen arvioista. Esimerkiksi vuonna 1954 julkaistusta *Erakkomaja*-teoksesta arvioija esimerkiksi kirjoittaa,

²⁵⁰ Häggman 2012, 247.

²⁵¹ Stockmann, Bengtsson & Repo 2005, 7–8. Luvuissa on mukana Suomen Kustannusyhdistykseen kuuluvien kustantajien teokset. Mukana luvuissa ovat myös lasten- ja nuortenkirjat, joita ei 1963–1973 eroteltu tilastoissa omiksi luokikseen. Vertailuksi: Vuonna 2012 julkaistiin Suomen Kustannusyhdistys ry:n tilastojen mukaan 699 uutta kaunokirjallisuuteen luokiteltua teosta, 324 sarjakuvaa ja 1261 lasten- ja nuortenkirjaa. Kotimaisia julkaisuja oli yhteensä 670 kappaletta.

²⁵² Netta Muskett -kirjoja julkaistiin yhteensä 48 kappaletta vuosina 1944–1967 eli useampi kirja per vuosi.

²⁵³ Utrio 1968, 35.

että teos on helposti sulava ja vielä helpommin unohtuva sekä voivottelee sitä, kuinka näitä teoksia on julkaistu jo pari kymmentä. "*Kaipa ne ovat taanneet sen, että sama kustantaja on käännättänyt niin runsaasti ulkolaista valiokirjallisuutta, joten jääköön kivi kääntämättä!*"²⁵⁴

Anni Polvan teokset näyttäytyvät Utrion määritelmän perusteella sekä päiväperhosina että kestäväinä kirjallisuutena, sillä teoksistahan otettiin uusintapainoksia vuodesta toiseen. Kuten edellä on todettu, Polva julkaisi vuodesta 1945 lähes joka vuosi uuden viihderomaanin. Kaikista romaaneista otettiin lukuisia uusintapainoksia, joiden myötä myyntimäärät kumuloituivat.

Polvan kokonaismyynnin kappalemäärissä tapahtui varsinkin 1960-luvun lopulla reilu nousu. Vuonna 1965 myytiin Polvan romaaneja noin 40 000 kappaletta ja lastenkirjoja noin 20 000 kappaletta, kun 1971 myytiin jo 70 000 romaania ja 30 000 lasten- ja nuortenkirjaa. Myynnissä olevia painoksia eri teoksista oli monenlaisina tuotteina, sidottuina, nidottuina ja taskukirjoina. Myynti vaihteli paljon, esimerkiksi vuonna 1971 yksittäisten teosten myynti vaihteli kaksi vuotta aikaisemmin julkaistun *Odotahan mokoma* -kirjan parista sadasta myydystä kappaleesta saman vuoden uutukaiseen *Isoa miestä lapsettaa*, josta tilitettiin Polvalle myyntipalkkiota 12 571 kappaleesta. Kunkin vuoden uutuusteosta myytiin eniten, mutta aikaisemmat teokset muodostivat suhteellisen pitkän ja tasaisen hännän, joka nosti myyntimäärät huomattavasti isommiksi kuin pelkän yhden teoksen markkinoilla pitäminen olisi tuottanut. Esimerkiksi Polvan kahta ensimmäistä, 1940-luvulla kirjoitettua, romaania myytiin vuonna 1970 yhteensä lähes 3 000 kappaletta. Myyntipalkkioita hän sai vuodelta 1971 kahdestakymmenestäviidestä eri teoksesta.²⁵⁵ Näiden lukujen perusteella, ja huomioiden se seikka, että Karistolla oli myös Aino Räsänen kirjailijoissaan, Hämeenlinnassa oli valloillaan suoranainen perhosfarmi.

²⁵⁴ A. R:suo [Alpo Routasuo]: Arvostelu Netta Musketin kirjasta *Erakkomaja*. *Arvosteleva kirjaluetelo* 1955, 6.

²⁵⁵ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 71, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 22.3.1972; KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 56, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 27.9.1966.

2.3 Polva-kirjojen ulkoasu

Tammen johtaja Untamo Utrio kokosi yhteenvedon kirjojen ostamisen herätteistä. Utrion analyysin mukaan kaunokirjallisen teoksen kaksi suurinta ostoherätettä olivat tuttavien suositteleva ja lehtien arvostelut, jotka molemmat vaikuttivat noin viidennekseen ostajista. Kirjailijan nimi oli kolmanneksi merkittävin syy ostamiseen, mutta sen oli valinnut syyksi vain vähän yli kymmenen prosenttia ostajista. Lähes yhtä tärkeä syy kuin kirjailijan nimi oli neljäntenä listalla oleva kirjan aihe. Tämän jälkeen seurasi liuta pienempiä syitä: näyteikkuna, myyjän suositus, kirjan päällys ja kirjan nimi.²⁵⁶

Utrio ei teoksessaan määrittele sen tarkemmin mihin tutkimukseen hänen listansa perustuu, mutta kyseessä lienee Tammen kirjakaupoille teettämästä kyselytutkimuksesta.²⁵⁷ Ostoherätteiden analyysissä korostuvat muut kuin suoraan kustantajan tai edes kirjakaupan markkinointitoimenpiteiden piirissä olleet seikat. Kustantajan maine kuitenkin rakensi pohjaa sille, otettiin kirja ollenkaan arvioitavaksi lehtiin. Samaan vaikutti myös kirjailijan maine eli käytännössä kirjailijabrändi, vaikka siitä ei tuolla nimellä puhuttukaan.

Nyt 2010-luvulla kirjan aihe ja kirjailijan nimi ovat nousseet merkittävämmiksi ostopäätöksen vaikuttimiksi. Kirjakauppaliiton ja Suomen Kustannusyhdistyksen vuonna 2013 julkaiseman *Suomi lukee* -selvityksen kirjan aihe ja sisältö olivat tärkeimmät ostopäätökseen vaikuttavat tekijät. Toiseksi suurin vaikuttaja on kirjailijan nimi, joka oli valintaperusteena 59 % tutkimukseen vastanneista. Muita tärkeitä valintaperusteita olivat tarjous- tai alennushinta, kovakantisuus ja takakannen selosteteksti ja tuttavien mielipiteet.²⁵⁸

Anni Polva oli tarkka teostensa menekistä ja markkinoinnista. Polva uskoi varsinkin kansikuvan merkitsevän paljon kirjan houkuttelevuudelle. Tämä näkyy muun muassa 1970 lähetetyssä kirjeessä kustantajalle, jossa hän korosti haluavansa nähdä uusimman kirjan kansikuvaehdotuksen, sillä siitä hänen mukaansa riippuu koko tulevan *Luhu*-sarjan

²⁵⁶ Utrio 1968, 98.

²⁵⁷ Lappi, Unto: Mistä asiakkaanne saavat ostoherätteen? *Suomen kirjakauppalehti* 15/1958.

²⁵⁸ *Suomi lukee* 2013, 9–10.

myyntimenestys.²⁵⁹ Polva oli itse innokas amatöörivalokuvaaja, ja joitain hänen ottamiaan kuvia käytettiin lastenkirjojen kansikuvina.²⁶⁰

Polva piti myös teosten nimiä tärkeinä kirjojensa menekin kannalta. Nimien keksimisen kannalta Polva koki koulutuksensa kauppaopistossa vaikuttaneen hänen osaamiseensa keksiä "vetäviä nimiä". Näistä nimistä hän sai myös kiitosta kustantajaltaan jo ensimmäisistä romaaneista lähtien.²⁶¹ Vuosittaisessa kirjeenvaihdossa Polvaa pyydettiin usein keksimään hyvä nimi kullekin "tämän joulun" kirjalle. Ensimmäiselle *Tiina*-kirjalle 1956 kustantaja ehdotti kuitenkin kirjan sekä sankarittaren nimen vaihtamista, sillä *Tiina*-nimi oli jo käytössä toisessa käsikirjoituksessa.²⁶² Kustantajan ehdottamia nimivaihtoehtoja ei kirjeenvaihdosta paljastu. Anni Polva ehdotti itse muun muassa nimiä Annuli, Anna-Stiina, Ulla-Kaisa ja Liisukka. Polva kuitenkin kirjoitti kustantajalle, että koska ei tiennyt mistä nimestä nämä pitivät, hän oli jättänyt käsikirjoitukseen nimeksi *Tiina*.²⁶³ Polvan alkuperäinen nimiehdotus piti lopulta pintansa ja kirja nimeltä *Tiina* julkaistiin 1956. *Tiina*-kirjoilla oli todennäköisesti merkitystä myös nimen suosiossa etunimenä varsinkin 1960-luvun alussa, sillä *Tiina* nousi viidenneksi suosituimmaksi tyttöjen etunimeksi 1964.

Polvan romanttisten romaanien nimet pyrkivät tietynlaiseen vitsikkyyteen. Esimerkiksi *Oletko sinäkin lemmensairas* (1948), *Etsin miestä itselleni* (1957), *Rakkaus ajaa ojaan* (1965), *Odotahan mokoma* (1969), *Isoa miestä lapsettaa* (1971) ja *Anna mun kaikki kestää* (1977) olivat nimikkeitä, jotka viestivät melko suoraan teoksen luonteesta. Nimet ovat usein kysymysmuodossa tai kuin päähenkilönsä tokaisuja. Nimet kuten *Nyt lähdän minä* tai *Päävoiton mies* loivat pohjan odotuksille sekä oletuksille kirjan sisällöstä.

²⁵⁹ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 67, Päiväämätön kirje, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 1970. Lulu-sarjassa on kyse itsenäisistä romaaneista, joissa esiintyy samat päähenkilöt.

²⁶⁰ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 64, Päiväämätön kirje, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 1969. Kirjeessään Polva viittaa filmiin, jossa on 20 mahdollista kuvaa *Maija panee tuulemaan* -lastenkirjan kansikuvaksi.

²⁶¹ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 14, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 4.1.1946.

²⁶² SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kirjeenvaihto. Aukusti Simojoki Anni Polvianderille. 16.8.1955.

²⁶³ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 22.8.1955.

Aivan yksin Polva ei tällaisten nimikkeiden kanssa ollut. Jo Hilja Valtonen oli rakentanut 1920- ja 1930-luvuilla tunnettuutta napakoilla tai ajan muodin mukaisesti funktionalistisilla teosten nimillä, kuten *Nuoren opettajattaren varaventtiili* (1926), *Vaimoke* (1933) ja *Hätävara* (1938). 1940-luvulla yleistyivät kysymyslauseen varaan rakennetut nimet, kuten esimerkiksi Yrjö Talvion 1947 pseudonyymillä Hans Kristian julkaisema *Tuletko mukaan, Britta?* tai 1945 julkaistu Jorma Mäenpään *Miksi et kirjoita, Marketta?* Verrattuna näihin, tai edes Aino Räsäsen suurmenestykseen *Soita minulle, Helena*, olivat Polvan kirjojen nimet huomattavasti toiminnallisempia ja puhekielisempiä. Näissä nimikkeissä ei pyydetty kauniisti soittamaan tai lähtemään mukaan, vaan komenneltiin, nalkutettiin tai tyynesti todettiin oma tavoite.

Vaikka Untamo Utrion esittämällä ostoherätteiden listalla kirjan nimikkeellä oli selkeästi pienempi merkitys ostamisen kannalta kuin esimerkiksi suosittelulla tai kirjailijan nimellä, Anni Polvan oman vision mukaan nimi kuitenkin merkitsi, samoin kansikuva. Hän kommentoi kirjeessään kustantajalle esimerkiksi sitä, että *Otan sinut, äkäpussi* -kirjan nimi ja ensimmäisen painoksen kansi oli täysosuma, ja varsinkin tuo nimi oli paljon parempi kuin uutukaisen *Minäkö muka mustasukkainen*.²⁶⁴ Toisena esimerkkinä kirjan nimen merkityksestä Polva nosti kirjailijahaastatteluissaan esille Kuusamoon sijoittuvan kirjaansa vuodelta 1976. Hän oli pohtinut kirjalle muun muassa nimeä *Karhunkierroksella*, mutta antoi lopulta kirjalle nimeksi *Kumpi vei sydämeni?* sillä sen hän tiesi myyvän kirjaa enemmän kuin arkisenkin kuuloinen *Karhunkierroksella*.²⁶⁵

Ensimmäisen *Tiina*-kirjan lisäksi Polva väänsi kustantajan kanssa kättä muistakin lastenkirjoistaan. Kustantaja olisi esimerkiksi 1954 halunnut tyttökirjan nimeen sanan kesäloma, mutta Polva kirjoitti, että se ei olisi myyvä, sillä sanaa viljeltiin hänen mukaansa

²⁶⁴ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 31, Päiväämätön kirje, Anni Polviander Kariston kirjalliselle osastolle, 1954.

²⁶⁵ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

lähes joka toisessa tyttökirjan nimessä. Tämän kirjan nimeksi tuli lopulta *Maijan kesälomaa* paljon lennokkaampi *Maija panee tuulemaan*.²⁶⁶

Nämä useat kommentit ja huomiot todentavat sitä, että Polva kiinnitti paljon huomiota kirjojen myymiseen ja myytävyyteen. Hän uskoi ennen kaikkea nimen myyvyyteen. Kustannustoimittajana toimineen Anneli Seppälän mukaan Polva ei kuitenkaan halunnut määrätä erityisemmin kansikuvista, ei ainakaan 1970- ja 1980-luvuilla.²⁶⁷ Tästä voisi olettaa, että Polva oli mahdollisesti tyytyväinen kansiin.

Riitta Niskanen on tutkinut suomalaisia Kulutusosuuskuntien Keskusliiton julisteita ja analysoinut mainos- ja julistekuvien esittämiä ihmishahmoja. Nainen on usein esitetty mainoskuvissa epäluonnollisessa tai koristeellisuuteen pyrkivässä asennossa, joka korostaa vartalon kaaria. Sormien ja ranteiden taivuttaminen on tärkeä osa mainoskuvien koristeellisuutta samoin käsien nostaminen vartalon yläpuolelle. Naiset myös saattavat hymyillä mainoskuvissa miehiä enemmän ja osoittavat enemmän niin sanottua kulutusiloa eli tavaroiden tuottamaa riemua. Toinen tyypillinen ilme naisilla mainonnassa on mietтелиäs ja sulkeutunut ilme, ikään kuin nainen olisi irrotettu ympäristöstään ja sosiaalisesta elämästään.²⁶⁸

Tyypillinen Polva-kirjan kansi esittää naista ja miestä, mutta muutamissa on kuvattu myös kaksi naista tai nainen yksinään.²⁶⁹ Verrattuna Niskasen esittämiin tyypillisiin mainoskuvien naishahmoihin, Polva-kirjojen kuvissa on osittain samoja piirteitä. Naiset ovat nuoria, hoikkia ja muodikkaita, kuten kirjojen sankarittaret ovat. Monissa kansista naiset ovat asettuneet myös jossain määrin poseeraavaan asentoon. Käsien asettelu luo mietтелиästä kuvaa (kuva 3) tai selkeää poseerausta (kuva 7). Toisaalta kansikuvat ovat toiminnallisia ja niistä voi välittyä humoristisena kuvattu tilanne (kuvat 2 ja 6).

Kansikuvien ihmiset ovat usein liikkeessä tai henkilöiden katse luo liikettä kuvaan. Joissain kuvissa nainen katsoo suoraan kameraan ja hänen taustallaan näkyy mies (kuvat 5, 8, 9 ja 10). Kuvissa 8 ja 9 voisi tunnistaa mainoskuvista naisiin yhdistettyä ”tavarailoa” eli hymyä,

²⁶⁶ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 31, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 10.4.1954.

²⁶⁷ Anneli Seppälän haastattelu, Hämeenlinna 15.3.2018.

²⁶⁸ Niskanen 1996, 106–111.

²⁶⁹ Analyysi perustuu 24 kirjan kansiin ja kansipapereihin vuosilta 1950–1975.

joka kertoo hyvästä hankinnasta. Näissä kuvissa mies katoaa taustalle ja jopa esineellistyy. *Isoa miestä lapsettaa* -kirjan kansi vuodelta 1971 sen sijaan viestii epävarmuudesta, oliko mies sittenkään oikea valinta (kuva 5).

Joissakin kuvista nainen on parhaillaan suutelemassa tai halaamassa miestä ja työntää kätensä kuvan ja katsojan väliin kuin katsoja olisi tullut paikalle yllättäen, kuten vuoden 1952 kansikuvassa *Otan sinut äkäpussi* sekä saman kuva-asettelun sisältävässä kannessa vuodelta 1975 kirjasta *Ne rakkaat miehet* (kuvat 11 ja 12). Suurimmassa osassa kansikuvista naishahmo on pääosassa ja mies selkeästi statistin roolissa. *Kumman teistä otan?* -kirjan kansikuvassa taustalla on kaksi miestä ja nainen pitää tilaa hallussaan miettelijällä ja arvioivalla sivulle suuntaavalla katseellaan samalla kun häntä mahdollisesti tavoittelevat miehet näyttävät riitelevän taustalla (kuva 10). Kaikkein erikoisin kansikuva romanttiselle kirjalle on vuoden 1958 painoksessa teoksesta *Sinäkö se olitkin* (kuva 13). Tyylytellyn kuvan etualalla on vaaleatukkaisen naisen profiili, naisella on korvakorut ja helminauha kaulassa, kun taustalla on rennosti jalkapallo kainalossaan kädet housujen taskussa seisoskeleva nainen, jonka hiukset on kuvattu lennokkaammin ja puseron olkapää valahtanut alas. Takakannen teksti tarkentaa kannen tarinaa: Kyse ei olekaan kahdesta naisesta, vaan saman naisen aidosta ”raisusta” persoonasta ja yrityksestä olla salonkikelpoinen miestä miellyttääkseen.

Kansikuvan nainen voi komentaa miestä (kuva 6) tai pörröttää miehen hiuksia (kuva 14), kuten *Vihaan hameväkeä* -kirjan taskukirjapainoksen kansikuvassa vuodelta 1965. Tuossa kannessa mies on asettautunut apinamaiseen asentoon. Kirjan nimi *Älähän pyristele kultaseni* kertoo kansikuvassa tarinaa siitä, että miehen on turha pyristellä taustalla määrätietoisena tuolin selkänöjana nojaavan naisen päätöksille (kuva 15).

Mainoskuville on ollut tyypillistä, että nainen voi katsoa suoraan kuvan katsojaan, kun miehen katse on suunnattu muualle tai ohi katsojan. Perinteiseen mieskuvaan ei sovi, että mies houkuttelisi katsojaa kiinnittämään katseensa itseensä, sillä miehen vetovoima on luonnollista ja itsestään syntyvää. Mainoskuvien miehen pään asento on ryhdikäs ja hän osoittaa katseensa avulla suhteensa ympäristöönsä.²⁷⁰ Polva-kirjojen kansissa mies on selin katsojaan, katsoo suoraan naista tai hänen katseensa kohdistuu näkymättömään pakopisteeseen kuvan ulkopuolella. Perinteisin ihanteellisen katseen kohdistuminen samaan

²⁷⁰ Niskanen 1996, 160.

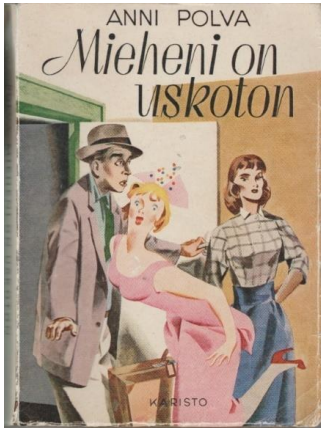
pisteeseen on *Otan sinut vaikka väkisin* -kirjan kansikuvassa (kuva 17). Nykylukijan silmin kannen kuvan ja kirjan nimen luoma ristiriita on vahva. Kuva muistuttaa elokuvatähtien tai mallien epäluonnollista poseerausta. Polva-kirjoille harvinainen asetelma on *Rakkaus ajaa ojaan* -kirjan vuoden 1965 kansikuvassa, jossa nainen istuu ehkä tieltä ajaneen auton ohjaajan paikalla ja mies katsoo naista kuin irvistäen tai ehkä moittien (kuva 16).

Etsin miestä itselleni -kirjan kansikuvassa kaksi naista kävelee katsojaan kohden matkalaukut kädessään. He ovat matkalla maalle täysihoitolaan miesjahtiin (kuva 18). Kuva on vauhdikas ja naisten keskinäinen suhde ehkä hiukan jännittynyt. Toinen askeltaa vauhdikkaasti hame liehuen kohti katsojaa, toinen näyttää nyrpeältä ja katse on kohdistunut joko toiseen naiseen tai alaspäin. Saman kirjan taskukirjaversioin kansikuva vuodelta 1968 on hyvin erilainen. Siinä nainen pitää haaveellisen näköisenä miehen olkavarresta kiinni ja painaa päänsä tämän olkapäälle (kuva 19). Kyseinen kansikuva voisi olla mistä tahansa romanttisesta kioskikirjasta.

Monet kansikuvista ovat ainakin jollain tapaa humoristisia (kuvat 2 ja 6). 1950-luvun piirroskannet ovat toiminnallisempia, kun taas 1960-luvun kansissa on enemmän mielteliäitä poseerauksia ja niistä välittyy romantiikan perinteisempi muoto. Kansikuvista ei voi kuitenkaan johtaa oletusta siitä, että 1960-luvulla Polva-kirjoista olisi haluttu viestiä konservatiivisempaa romantiikkaa. Tästä esimerkkinä on erityisesti *Vihaan hameväkeä* -kansi (kuva 14) ja *Isoa miestä lapsettaa* -kirjan kansi (kuva 5). Valokuvien käyttäminen vaikutti myös kansien esittämistapaan. Muotokuva oli epäilemättä halvempi ja tyylikkäämpi kansiratkaisu kuin lavastettu tilanne, vaikka lavastettuja valokuviakin käytettiin.

Anni Polva -brändin kannalta kansien vaihtelevuus kertoo siitä, että kustantaja ei rakentanut graafisesti systemaattista brändiä kansilla. Kuvien yleisenä toistuva viesti naisesta tilanteen valtiaana ja hänen arvioivasta ilmeestään kertoo kuitenkin yhtenäistä viestiä siitä, että näissä kirjoissa sankaritar on enemmän subjekti kuin objekti. Kuvia Anni Polva -kirjoista autenttisissa myyntiympäristöissä ei ole löytynyt. Voi silti olettaa, että näiden kirjojen värikkyys sekä humoristiset tai muuten katseen kiinnittävät kannet erottuivat kaupoissa tai vähintäänkin asemoituivat omanlaisekseen viihteeksi.

Kuva 2. Kansi vuodelta 1956



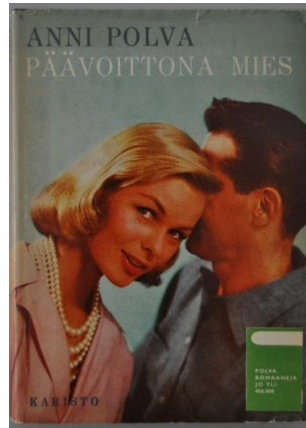
Lähde: Polva 1956, kansi.

Kuva 3. Kansi vuodelta 1960



Lähde: Polva 1960, kansilehti.

Kuva 4. Kansi vuodelta 1963



Lähde: Polva 1963, kansipaperi.

Kuva 5. Kansi vuodelta 1971



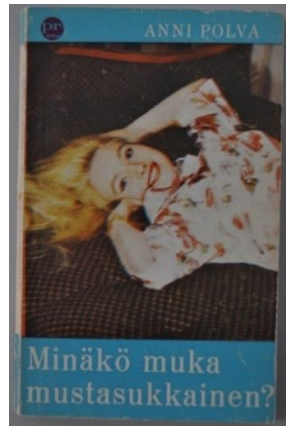
Lähde: Polva 1971, kansipaperi.

Kuva 6. Kansi vuodelta 1953



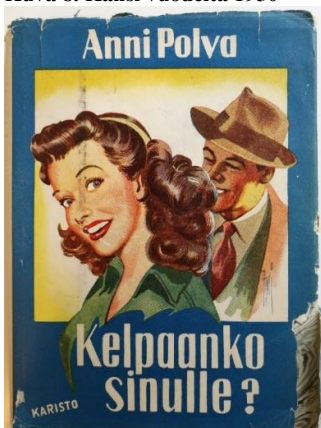
Lähde: Polva 1953, kansi.

Kuva 7. Kansi vuodelta 1963



Lähde: Polva (1953) 1963.

Kuva 8. Kansi vuodelta 1950



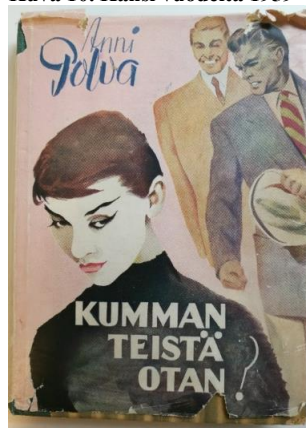
Lähde: Polva 1950, kansipaperi.

Kuva 9. Kansi vuodelta 1951



Lähde: Polva 1951, kansi.

Kuva 10. Kansi vuodelta 1959



Lähde: Polva 1959, kansipaperi.

Kuva 11. Kansi vuodelta 1952



Lähde: Polva 1952.

Kuva 12. Kansi vuodelta 1975



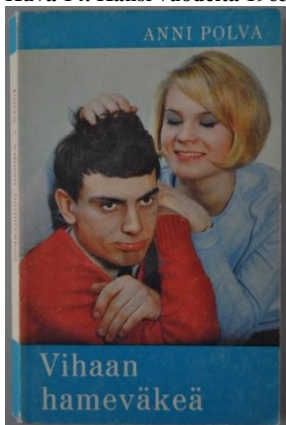
Lähde: Polva 1975.

Kuva 13. Kansi vuodelta 1958



Lähde: Polva 1958.

Kuva 14. Kansi vuodelta 1965



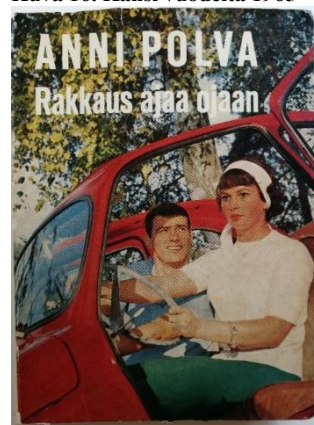
Lähde: Polva (1949) 1965.

Kuva 15. Kansi vuodelta 1968



Lähde: Polva 1968.

Kuva 16. Kansi vuodelta 1965



Lähde: Polva 1965.

Kuva 17. Kansi vuodelta 1964



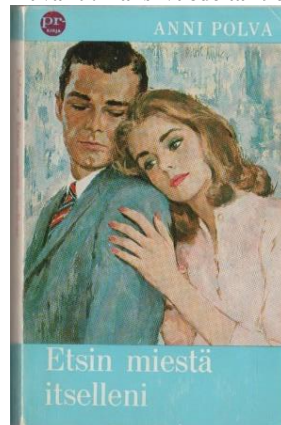
Lähde: Polva 1964.

Kuva 18. Kansi vuodelta 1957



Lähde: Polva 1957.

Kuva 19. Kansi vuodelta 1968



Lähde: Polva (1957) 1968.

2.4 Myyntityö myymälöissä

Vuodelta 1952 peräisin oleva libristien eli kirjakaupan myyjien koulutusmateriaali, myyntikurssimoniste harjoituksineen ja esimerkkeineen, avaa kiinnostavan näkökulman ajanvietteen rooliin kirjakaupoissa ja osana myyntivalikoimaa 1950-luvulla. Kurssimonisteen ovat tehneet Anna-Liisa Honkavuori ja Erkki Sabel, Fennica-tietokannan mukaan toimitustyössä oli mukana myös Pentti Holappa ja muita toimittajia. Moniste tehtiin Kustannusosakeyhtiö Otavan aloitteesta.²⁷¹

Kurssimoniste alkaa pakinalla, jossa käsitellään laajasti libristin vaativaa toimenkuvaa ja samalla sivutaan viihteen ja paremman kirjallisuuden rajaa: Monet asiakkaista halusivat keskustella libristin kanssa kirjoista, mutta jos nämä vähinä vapaahetkinään kuitenkin mieluummin rentoutuisivat Netta Muskettin kuin vaikka tuolloin tuoreen nobelisti Pär Lagerkvistin teosten parissa "(...) *luovimistaitoa silloin vaaditaan, sillä eihän näin hienoa lukevalle, eikäpä juuri muillekaan voi tunnustaa "lukkarinrakkauttaan" Muskettiin*".²⁷² Pakinassa viestitään humoristisella tavalla siitä, että libristiltä odotetaan muutakin osaamista ja lukeneisuutta kuin viihteellistä romantiikkaa. Samalla pakina kertoo siitä, miten suosittua lukemistoa esimerkiksi juuri Netta Muskettin kirjat olivat.

Myös myyntikurssin kohdassa "*romaanin myyminen*" käsitellään viihteen ja vakavan kirjallisuuden rajaa. Kurssimonisteessa muistutetaan, että useat ihmiset lukevat vain rentoutuakseen ja unohtaakseen hetkeksi arkipäivänsä, ja ehkä tästä syystä suuri osa romaaneista on ajanvietekirjallisuutta: "(...) *mutta siitä huolimatta ajanvietekirjoillakin voi olla kirjallisia ansioita ja yleisesti hyväksytyjä arvoja ajettavanaan*".²⁷³

Libristien kulttuuritehtävästä puhuminen tarkoitti ostavan yleisön maun kehittämistä. Monisteen tekijät epäilivät silti, ettei tällainen maun ohjailu ollut mahdollista, mutta jos olisi, sitä kannattaisi yrittää erityisesti ajanvietekirjallisuuden kohdalla. Asiakkaille myytäisiin mitä he haluaisivat, mutta heitä voitaisiin ohjata hyvän ajanvietteen pariin,

²⁷¹ Fennica, Suomen kansallisbibliografia:
<https://fennica.linneanet.fi/vwebv/holdingsInfo?searchId=2446&recCount=10&recPointer=2&bibId=353788> (viitattu 31.12.2018).

²⁷² Honkavuori & Sabel 1952, 8–9.

²⁷³ Honkavuori & Sabel 1952, 11.

myyntikurssilla opastettiin. Libristin omalla lukeneisuudella on iso merkitys, painottivat kurssin suunnittelijat. ”Koska niin monet asiakkaat ostavat kirjansa libristin suosittelun perusteella, niin jatkuvasti kevyimmän laatuksia kirjoja lukevan libristin asiakkaat lähtevät kirjakaupasta myöskin jatkuvasti uusin Räsänen, Muskett tai Polva kainalossaan.”²⁷⁴ Myyntikurssilla ei moitittu ajanvietettä, ei edes viikkolehtiä, kuten *Sirpaletta* tai *Viikonloppua*, mutta koulutusmateriaalissa annetaan ymmärtää, että libristiltä pitäisi odottaa enemmän kuin asiakkailta. Neuvoja hyvän ajanvietteen suositteluun ja vaihtoehtoja Netta Muskettin, Aino Räsäsen ja Anni Polvan romaaneille ei silti tarjottu, ainakaan kirjoitetussa materiaalissa.

Samassa kurssimonisteessa on myös anekdootti helsinkiläisessä kirjakaupassa tapahtuneesta myyntitilanteesta: Asiakas etsi arvokasta kirjaa lähetettäväksi jouluksi Amerikkaan ja myyjä esitteli arvokkaaksi kokemiaan teoksia, sekä uusia kotimaisia romaaneja että luontokuvauksia. Asiakas ei kuitenkaan kiinnostunut näistä vaan kertoi, että haluaisi vastaavanlaisen teoksen kuin ”*Soita minulle Helena*”, minkä oli edellisenä vuonna lähettänyt Amerikkaan. ”Ilmeenkään värähtämättä libristi tietysti vaihtoi hakemansa teokset toisiin.”²⁷⁵ Vastaavanlainen tilanne on kuvattu myyntikeskustelun harjoittelutehtävässä. Siinä asiakas, noin 45-vuotias nainen, näyttäytyy myyjälle ensin vakavampaa kirjallisuutta etsivänä, mutta lopulta myyntitilanne päättyy Netta Muskett -teoksen ostamiseen, myyjän vakavamman kirjallisuuden lisämyyntiyrityksistä huolimatta.²⁷⁶

On kiinnostavaa, että *romaanin myyminen* -aihepiirissä käsiteltiin sivumäärällisesti paljon sitä, miten ajanvietteen myymiseen tuli suhtautua. Ehkä tämä tarkoitti sitä, että kirjakaupan uusien myyjien oletettiin olevan nuoria ja viihdekirjallisuutta kuluttavia naisia. Vai kertoiko se siitä, että kirjakaupan asiakkaat olivat usein etsimässä niin sanottua kevyempää luettavaa, kuten materiaalissa esitetyt tapaukset osoittivat. Ajanvietekirjallisuutta myytiin paljon ja sen mukaan ottaminen myyntikurssin harjoituksiin ja esimerkkeihin viestii epäilemättä siitä, että kirjakaupoissa ei haluttu

²⁷⁴ Honkavuori & Sabel 1952, 11.

²⁷⁵ Honkavuori & Sabel 1952, 12.

²⁷⁶ Honkavuori & Sabel 1952, 18–20.

myyjien nyrpistävän nenäänsä viihteelle, vaikka vakavamman kirjallisuuden myynnin arveltiin olevan järkevämpi tavoite.

Ruotsissa, jossa kirjakauppatoiminta oli niin ikään säädeltyä, oli 1940-luvun lopulla siirrytty niin sanottuun B-kirjakauppojen verkostoon eli pienempiin myyntipisteisiin, jotka eivät ostaneet kirjoja suoraan kustantajilta vaan erillisestä myyntiorganisaatiosta. Näitä B-kirjakauppoja perustettiin 300 ja yhteensä Ruotsiin tuli näin lähes saman verran kauppoja kuin Suomessa jo oli. *Suomen Kirjakauppalehdessä* kesällä 1949 esiteltiin Ruotsin mallia ja polemisoitiin, mitä merkitsisi, jos kirjoja voisi myydä myös ruoka- ja maalaiskaupoissa. Tällaiseen toimintaan ei sentään Ruotsissakaan menty, kiitteli lehden päätoimittaja Reino Husso. Hän toteaa, että Suomessa kannattaa mieluummin trimmata nykyistä kirjakauppaverkkoa toimimaan paremmin, kuin antaa oikeuksia osaamattomille ja kirja-alaa tuntemattomille tahoille. Tämä johtaisi Husson mielestä vain "(...) *meidän oloissamme outoon sekalaistavara-kirjakauppaan, jossa varsinkin kirjakauppa-asiat varmasti hoidettaisiin melkoisen huonosti*".²⁷⁷ Samoilla argumenteilla puolustettiin vielä 1960-luvulla rajattua kirjakauppaoikeutta. Kirjamyyntin ajateltiin olevan niin erityistä ja osaamista vaativaa, että sitä ei voinut tehdä muun kaupanteon ohessa, eikä varsinkaan ruokakaupoissa.

Tammen Untamo Utrio jakoi kirjoittamassaan oppaassa *Kirjamyynti osuusliikkeissä* (1948) ohjeita kirjojen sijoittelusta kirjakaupoissa sekä pienemmissä toimipisteissä. Kaupoissa tärkeintä oli näkyvyys. Kun kirjat olivat mahdollisimman hyvin nähtävissä uutuuspöydillä, niitä myytiin enemmän. Utrio korosti, että kirjoja on mainostettava myymälässä kaikin mahdollisin tavoin, esimerkiksi mainosjulisteilla. Erittäin tehokasta oli mainostaa julisteilla sekä näyteikkunassa että sisällä myymälässä, kun haluttiin kohdistaa yleisön huomio tiettyyn teokseen tai teosryhmään. Kirjailijoiden valokuva hyvin aseteltujen kirjojen luona kruunasi mainoksen voiman.²⁷⁸

Myös *Kauppatavarana sivistys* -teoksessaan Untamo Utrio otti kantaa myymälöihin ja siihen, ketkä niistä kirjoja ostivat. Hänen mukaansa koulutuksen puute ei ollut ongelma, vaan yleinen asenne, joka sulki kirjakauppojen ovet työväestöltä. Utrion mukaan

²⁷⁷ Husso, Reino: Kirjat ruokatavarakaupoissa. *Suomen Kirjakauppalehti* 30.6.1949.

²⁷⁸ Utrio 1948, 35–36.

kirjakauppa-ala oli suoranaista tyhmyyttään pitänyt työväestön loitolla kirjakaupoista. Kyseessähän oli kansanosa, jossa piili valtava potentiaali asiakaskunnan kasvattamisessa samalla kun elintaso nousi ja vapaa-aika lisääntyi. Utrion mukaan yli puolet vain kansakoulun käyneistä ei ollut koskaan ostanut kirjaa kirjakaupasta.²⁷⁹ Hän ei kommentissaan huomionnut sitä, että tähän saattoi olla syynä Suomessa toimiva erittäin vahva kirjastoverkosto ja kirjojen lainaaminen joko kirjastosta tai tuttavalta oli merkittävä tapa saada kirja käsiinsä.

Myyntiä ja markkinointia tehtiin myymälässä toki monilla muillakin keinoilla kuin vain suoralla myyntityöllä ja tuotteiden esittelyllä. 1950-luvulla markkinoinnin keinovalikoimaan tuli myymälätilan monipuolinen hyödyntäminen: Myyntipöydät, esittelytelineet ja myymäläkampanjat kilpailuineen ja erilaisin tempauksin olivat muodikkaita ja paikoin uusiakin markkinointikeinoja.²⁸⁰ Verrattuna elintarvikkeiden myyntiin, kirjakaupoissa oli ollut jo mahdollisuus tutustua valikoimaan myyntipöydällä itsekkin, toki silti mieluiten myyjän opastuksella. Itsepalvelumyyntikonsepti oli tuloillaan Suomeen 1950-luvulla ja aihe aiheutti paljon pohdintaa. Verrattuna Ruotsiin, muutos itsepalveluun koettiin Suomessa haasteelliseksi. Siihen ei kuka tahansa maalaispuodin pitäjä kykenisi, kirjoitti muun muassa Antti Honkanen vuonna 1950.²⁸¹ Myymäläsuunnittelun ja mainonnan ammattilaislehdessä *Myyjä ja myymälä* julkaistiin silti lukuisia itsepalveluun positiivisesti suhtautuvia artikkeleita.²⁸² Itsepalvelumyyntikonseptin pohtiminen kertoi alkavasta muutoksesta kaupan alalla. Kulutustavaroiden ostamisen langat olivat vähitellen siirtymässä entistä enemmän kuluttajan haltuun. Samalla markkinoinnin ja mainonnan merkitys nähtiin kasvavan, varsinkin pakkaussuunnittelun ja informatiivisen tiedottamisen myötä.

Suomen Kirjakauppalehdessä esiteltiin 1955 Jyväskylän kirjakauppa Oy:n myymälän uutta sisustusratkaisua hyvin yksityiskohtaisesti. Sisustusarkkitehti Aaro Mikkola oli

²⁷⁹ Utrio 1968, 54.

²⁸⁰ Heinonen & Konttinen 2001, 142–143.

²⁸¹ Honkanen, Antti: Itsepalvelu tulee. *Mainostaja* 1/1950.

²⁸² Itsepalvelu – vähittäiskaupan kehityksen suuntako? *Myyjä ja myymälä* 3/1948; Itsepalvelua Oulussa. *Myyjä ja myymälä* 4/1948; Haukiputaalla itsepalvelua oppimassa. *Myyjä ja myymälä* 1/1950.

suunnitellut myymälään uudenlaiset kattoon ulottuvat hyllyt ja modernit myymälätelineet esiteltäville lehdistöille ja kirjoille. Esittelyn alaotsikkona oli: *Sisustuksen tulee myydä!* Jutussa pohdittiin sitä, että kirjakaupan hyllyt eivät parhaimmillaan ole valtavan kirjamassan säilöntää vaan niiden esittelyä varten ja sisustuksen piti palvella myyntiä. *"Kirjahyllystötkin voivat myydä, jos ne sisustussuunnitelmissa ja tavaran esillepanossa määrätietoisesti pyritään ottamaan myyntiä edistävinä tekijöinä."*²⁸³

Uusi sisustussuunnitelma teki hyllyistä ensisijaisesti esittelypaikkoja ja toissijaisesti varastoja. Tekstistä näkyy, että alan ammattilehdessäkin piti vielä 1955 myydä ideaa sisustuksen merkityksestä. Alalla oli selvästi vallalla käsitys, että kirjat olivat tuotteita, joita ei olisi pitänyt erityisesti "tyrkyttää" tai "myydä". Uutta oli muun muassa se, että kirjat sijoitettiin asiakkaan ulottuvuuden korkeudelle kansi katsojaan päin ja yleisön mielenkiinto pyrittiin kiinnittämään myyntipöytien lisäksi hyllystöihin.²⁸⁴

Jyväskyläläisen kirjakaupan sisustusratkaisun esittelyn ohella *Suomen Kirjakauppalehdessä* haastateltiin kirja-alan ammattilaisia näiden näkemyksistä uusien myymäläsisustusten merkityksestä myynnille. Ensimmäisenä kysymyksenä oli se, onko *"uusasiallinen kirjakaupan sisustus"* omiaan työntämään luotaan esimerkiksi *"rasvanahkaisen"* työmiehen ja ostajat *"(...) jotka ehkä muutenkin arastellen astuvat kirjakauppaan"*.²⁸⁵ Uuden kaluston omistava kirjakauppias Jaakko Hietanen kommentoi, että päinvastoin uusi tapa sisustaa oli käytännöllisyydessään apuna epäroivälle asiakkaalle, koska tämä näki nyt itse enemmän kuin aiemmin. Hietanen oli varma, että myymälän myynnin kasvu ei johtunut vain *Tuntemattomasta sotilaasta*, vaan myös uudesta sisustuksesta, jolla hän sai 200 teosta enemmän näkymään asiakkaalle.²⁸⁶

Gummeruksen Mauno Salojärvi puolestaan epäro'i tumman jalopuuviilutetun materiaalin käyttämistä kirjakauppakalusteissa. Hänen mielestään suomalainen koivu olisi yhtä kaunista, mutta erikoinen hyvin valittu jalopuukin toimi antaessaan "sävyksen". Salojärvikään ei epäillyt, että enää nykyisin kukaan perääntyisi kirjakaupasta sen hienon

²⁸³ Mielenkiintoinen sisustusratkaisu. *Suomen Kirjakauppalehti* 4/1955.

²⁸⁴ Mielenkiintoinen sisustusratkaisu. *Suomen Kirjakauppalehti* 4/1955.

²⁸⁵ Kansi myy enemmän kuin selkä! *Suomen Kirjakauppalehti* 4/1955.

²⁸⁶ Kansi myy enemmän kuin selkä! *Suomen Kirjakauppalehti* 4/1955.

ulkoasun tähden. Yleisö ei vielä hänen mielestään vain osannut käyttää hyväkseen uutta tapaa esittää kirjoja kannot myymälään päin.²⁸⁷

Kirjakauppa-alalla näyteikkunat olivat tärkeä markkinoinnin kanava. Kirjavälitys, vuonna 1919 perustettu kirja-alan yhteisorganisaatio, järjesti kampanjoita, yhteisilmoittelua sekä julkaisi somistusohjeita ja valmiita näyteikkunamalleja eri sesonkeihin. Kirjamainonnassa oli tosin usein kiistaa siitä, kumpi hoiti ja maksoi mainontaa: kirjakauppias vai kustantaja. Ruotsalaisen *Svensk Bokhandel* -lehden joulunumerossa 1955 kerrottiin erään kustantajan kokemuksista Helsingissä ja Oslossa ja siitä, kuinka näissä kaupungeissa eivät kirjakaupat mainostaneet, vain Akateemisen ja Suomalaisen kirjakaupan ikkunoissa oli ruotsalaisen kommentaattorin mukaan ylipäättään ollut mainosjulisteita. *Suomen Kirjakauppalehdessä* oli tähän sapenkatkuinen vastine, jossa epäiltiin, että kyseinen arvioija oli valitettavasti törmännyt harvinaiseen kauppaan, jossa Kirjan Viikkoa ei oltaisi juhlistettu ikkunajulisteella. "*Suurin piirtein on sentään meillä hoidettu asiat oikeaan malliin eikä menty siihen markkinahumutyyliin, mitä Ruotsissa mm. Kirjan Viikolla harrastetaan.*"²⁸⁸ Tämä pikku-uutinen viestii siitä, että mainonta koettiin toki tärkeäksi ja jopa kunnia-asiaksi, mutta silti ei haluttu lähteä Ruotsin "markkinahumutyyliin" mukaan. Ehkä kirjallisuus oli vakavampi asia suomalaisille kuin rennommin markkinointiin suhtautuville ruotsalaisille.

Myös kustantaja saattoi masinoida valmiita ikkunanäyttelymalleja, kuten Arvi A. Karisto teki Aino Räsäsen *Helena*-kirjasarjasta 1971. Perusteluina *Helena*-ikkunalle oli kilpailulle 1.1.1971 avautunut kirjallisuuden myynti ja se, että "(...) *Helena-kirjojahan ostavat myös sellaiset henkilöt, jotka eivät ole kirjakaupan varsinaisia asiakkaita: Helena-kirjoilla tuodaan lisää asiakkaita – Teidän kauppaanne*", kannusti kustantaja. Ikkunasomisteeksi ehdotettiin kartanotyylistä materiaalia, wieniläistuoli ja kartanomiljöötä kuvaava juliste.²⁸⁹

Polvan romaaneista ei ehdotettu ainakaan Kariston markkinointimateriaalien perusteella kirjakaupoille ikkunanäyttelyitä, ei edes miljoonan kirjan juhlistamisen yhteydessä vuonna 1970. Tässä kohden kustantaja luultavasti tunnisti markkinoinnin rajat, sillä

²⁸⁷ Kansi myy enemmän kuin selkä! *Suomen Kirjakauppalehti* 4/1955.

²⁸⁸ Ei nähnyt mainoksia. *Suomen Kirjakauppalehti* 1/1956.

²⁸⁹ Eikö olisi ikkunanäyttely paikallaan. *Karisto tiedottaa* 2/1971.

Polvan teosten hyvä menekki oli kauppiaiden piirissä hyvin tiedossa, mutta niillä oli myös ristiriitainen maine huonona kirjallisuutena. Ehkä kauppa arveli laskevansa profiiliaan nostamalla Polvan esille ikkunaan. Suomi oli 1971 kovin toisenlainen kuin 19 vuotta aiemmin Sabelin ja Honkavuoren libristeille tekemän myyntikurssimateriaalin julkaisuaikana, mutta Polvaa kohtaan suunnattu kritiikki eli edelleen.

2.5 Mainoslehdet

Kustantajien piti tehdä markkinointia vähintään kahteen suuntaan. Toisaalta markkinointi oli perinteistä lukijoiden tavoittamista muun muassa lehtimainoksilla sekä tapahtumien ja kirjailijatapaamisten keinoin. Toisaalta tärkeä markkinointikanava oli kirjakauppiaille suunnattu viestintä, sillä kirjakaupoissahan varsinainen myyntityö tapahtui. Kaikki isot kustantajat julkaisivat lehtiä ja luetteluita uutuuksistaan, myös Arvi A. Karisto Oy. Suurelle yleisölle suunnattu tietolähde oli Kirjapalvelun julkaisema joululuettelo sekä suurten kirjakauppojen omat joululuettelot.

Karisto julkaisi uutuusluetteloita ja tiedotelehtiä nimillä *Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia* ja *Kariston kuulumisia*. 1940-luvulla julkaisut olivat yksinkertaisia ja luettelomaisia, mutta jokaisesta esitellystä kirjasta oli silti mukana pieni kansikuva. Alkuvuosina Polvan teosten yhteydessä oli myös testimoniaaleja eli kirja-arvioista poimittuja myönteisiä kommentteja. Myöhemmin maineen kasvaessa ei tällaisia katkelmia juuri enää ollut, mutta sitäkin enemmän kustantajan viittauksia teosten suosioon ja menekkiin. 1950-luvun lopulla *Kariston kuulumisia* -lehden taitto uudistettiin ja se muutettiin aikakauslehtimäisemmäksi, ja se sisälsi paljon valokuvia kirjoista ja kirjailijoista. Muutos lienee ollut osa Kariston 1950-luvun kustantajaprofiilin kohotusta.

Polvan romaanien kuvauksissa korostettiin vauhdikasta juonta, takuuvarmaan Polvalaata ja lisäksi lukijakunnan laajuutta ja teosten myytävyyttä. *"Humoristisilla romaaneillaan on Anni Polva saanut laajan lukijapiirin ja hänen kirjojensa painokset yhtenäen loppuvat"*, kirjoitettiin 1948.²⁹⁰ *"Suomen kansan suuren rentouttajan huviromaani tuli niin suosituksi, että siitä oli otettava kolmas painos"*, mainittiin teoksesta

²⁹⁰ Oletko sinäkin lemmensairas. *Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia* 1948.

Kelpaanko sinulle? vuonna 1951.²⁹¹ Kymmenisen vuotta myöhemmin markkinointitekstissä jo varoiteltiin kirjakauppoja painosten loppumisesta: "*Kirjaa on syytä varata runsas varasto, sillä uuden painoksen valmistuminen vie oman aikansa! Vauhtia myyntiin Polvan avulla!*"²⁹² Seuraavana vuonna nostatettiin tunnelmaa entisestään: "*Ja kun ostajista voi olla varma, on syytä tilata varsinaista jouluryntäystä ajatellen kunnan annos tätä toista painosta, ettei tarvitse sitten joulun alla myydä ei oota! Suureen myyntiin Polvan avulla!*"²⁹³

Kun Polvan teoksia oltiin julkaisemassa miljoonatta kappaletta 1970, *Kariston kuulumisia* -lehdessä oli useita laajempia mainoksia ja kirjailijakuvauksia Polvasta. Polva itse oli yhdessä vuoden 1970 lehden kansikuvassa ja hänen kirjansa kahdessa eri kannessa. Miljoonan kirjan rajapyykki osoitti, että toisaalta kirjoja myytiin paljon, mutta Karisto kustantamona osasi myös markkinoida niitä kirjakaupoille hyvin. Kirjoista julkaistiin useita erihintaisia versioita ja uusia sekä vanhoja teoksia nostettiin säännöllisesti *Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia* -lehdessä esille.

Aino Räsäsen *Soita minulle, Helena* myi yksittäisenä kirjana enemmän kuin yksikään Polvan kirjoista. Tyyliiltään Räsäsen *Helena*-sarja ja Polvan humoristiset kirjat olivat hyvin erilaisia. Kariston markkinointilehdessä näkyy viestinnällinen ero Räsäsen ja Polvan teosten välillä. Räsäsen *Helena*-sarja näyttäytyy täysverisen romantiikan kruununjalokivenä ja Polvan romantiikka puolestaan kevyenä ja varman viihtymisen tarjoavan ajanvietteenä. Molempien teoksia kuitenkin markkinoitiin kirjakauppiaille 1940-luvulta 1970-luvun alkuun usein rinnakkain ja ikään kuin romantiikan kahta eri puolta kuvaten esimerkiksi aukeaman eri puolilla. Räsäsen kirjojen merkittävä markkinointietu suhteessa Polvaan oli suositut elokuvat, jotka oli tehty *Helena*-sarjasta. Elokuviin viitattiinkin Räsäsen kohdalla usein ja teoksia kuvitettiin "*upeilla filmikuvilla*" *Helena*-sarjan lukijoiden iloksi ja hyvän myynnin varmistamiseksi.²⁹⁴ Polvan

²⁹¹ Kelpaanko sinulle? Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia 1951.

²⁹² Voi noita miehiä! *Kariston kuulumisia* 3/1962.

²⁹³ Otan sinut vaikka väkisin. *Kariston kuulumisia* 8/1963.

²⁹⁴ Iloinen uutinen kaikille HELENAN ystäville! *Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia* 1958.

romaaneista ei elokuvia tehty, joten hänen kohdallaan kustantaja vetosi voimakkaasti suosikkikirjailijan rooliin, taattuun tyyliin ja varmaan menekkiin.²⁹⁵

Kuva 20. Romaanin esittely vuonna 1951



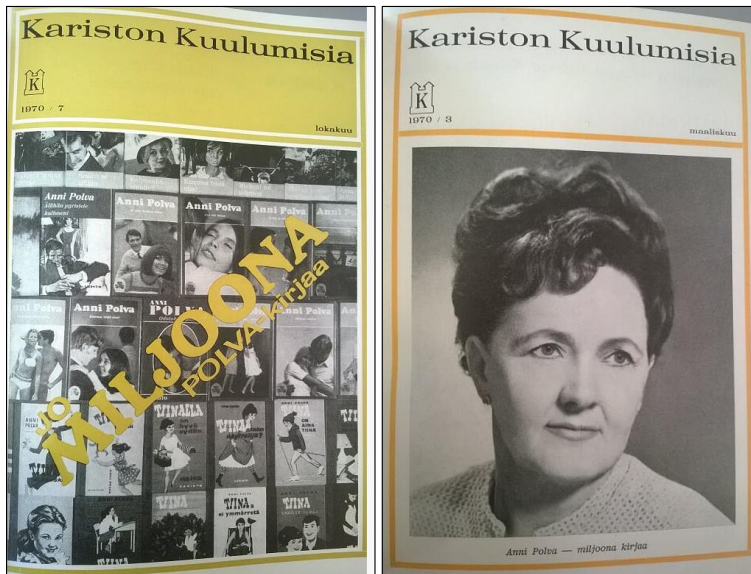
Lähde: *Karisto Oy:n uutuuksia* 1951, 8.

Kuva 21. Taskukirjoja vuonna 1962



Lähde: *Kariston kuulumisia* 1/1962.

Kuva 22. Polvan miljoonaa kirjaa juhlistettiin kansikuvissa vuonna 1970



Lähde: *Kariston kuulumisia* 3/1970 ja 7/1970.

²⁹⁵ TV1 Lasten- ja nuortenohjelmien tuotanto teki 1991 julkaistun televisiosarjan Tiinasta.

2.6 Kirjailija teostensa markkinoijana

Toimittaja Erkki Strandén huomautti *Mainostaja*-lehden artikkelissa 1969, että kustantajat eivät olleet vielä sopeutuneet yhteiskuntaan. Ei tiedetty pitäisikö rahaa tehdä kulttuurin kustannuksella vai päinvastoin.²⁹⁶ Strandén myönsi, että kirja on markkinoinnin kannalta hankala ilmiö. Jääkaapin pakastustilaa tai pyykkipulveria oli helpompi mainostaa kohdistetusti, mutta kirja oli moniulotteisempi markkinoitava. Strandénin mukaan tuotannon ja markkinoinnin suunnittelijat tapasivat liian harvoin.²⁹⁷ Hän ehdotti, että kustantajat ottaisivat oppia levyalan yritysten markkinointitoimenpiteistä ja siitä, miten nämä osaavat pyörittää mediaa. ”*Ei meille turhaan kerrottu John Lennonin häämatkasta, Dannyn show-suunnitelmista ja Katri-Helenan uusista lauluista; avomielisyys ja juorutkin palvelevat paljon rationaalisempaa tarvetta kuin meidän uteliaisuutemme.*”²⁹⁸ Arveltiin, että kirjailijat olisivat luonnostaan ihan yhtä kiinnostavia kuin voimalla lanseeratut muusikot, ja että kirjalliset ”hitit” syntyivät ainakin joskus samalla tavalla kuin musiikkihitit, tekemällä. ”*Kun me kerran elämme markkinataloudessa, ei tämän tosiasian tarvitse aiheuttaa moraaliongelmiä.*”²⁹⁹

Markkinoinnin ei silti nähty istuvan kirjailijoiden luonteeseen. Kirjailija Anu Kaipainen julkaisi 1965 kulttuurilehti *Pohjoisessa* kolumnin kirjailijan matineeasiintymisistä. Kaipainen kuvasi humoristisesti matineatilaisuuksien todellisuutta, joka joskus saattoi olla naiivia ja paikalliseen kulttuurielämään sidottua, välillä työväentalolla haitarimusiikin tauottamana ja välillä ”kerhoilla”, joilla Kaipainen viittaa paikkakuntien ylä- ja keskiluokan tilaisuuksiin. Monenkirjavuudesta huolimatta nämä tilaisuudet olivat hänen mielestään hyviä. Niiden yhteydessä kirjailija sai kirjansa ja kuvansa paikallisen kirjakaupan ikkunaan esille.³⁰⁰ Kaipaisen varsinainen aihe oli kuitenkin muutos: Se, miten suomalaiset ovat muuttuneet ja miten matineoita mentiin kuuntelemaan aina vain vähemmän, kun enin aika istuttiin television äärellä. ”*Esiintyvää kirjailijaa ei kukaan*

²⁹⁶ Strandén, Erkki: Joko kirja on kulutustavara. *Mainostaja* 4/1969.

²⁹⁷ Strandén, Erkki: Joko kirja on kulutustavara. *Mainostaja* 4/1969.

²⁹⁸ Strandén, Erkki: Joko kirja on kulutustavara. *Mainostaja* 4/1969.

²⁹⁹ Strandén, Erkki: Joko kirja on kulutustavara. *Mainostaja* 4/1969.

³⁰⁰ Kaipainen, Anu: Jäähyväiset kirjallisuusmatineoille. *Pohjoinen* 4/1965.

kaipaa. *Matineasalit ammottavat tyhjyyttään.*³⁰¹ Vastaiskuksi Kaipainen ehdottikin matineoiden viemistä televisioon. Kirjailijoiden televisioesiintymisen Kaipainen kuvaa ironisesti *"Televisioesiintymisen etuihin kuuluisivat taitava maskeeraus, parta ja peruukki, äänityksenä voitaisiin käyttää piiloääntä, niin äänkyttävät kirjailijat vapautuisivat estoistaan. Erityisen epäedullisen ulkomuodon ollessa kysymyksessä saattaisi kirjailijan puolesta esiintyvä hemaiseva tähti pelastaa monta kallista nidosta"*.

³⁰² Television edut ja vaatimukset näkyivät Kaipaisen huumorissa. Oli eri asia esiintyä pienelle yleisölle matineassa kuin televisiokameroiden armottomassa valossa.

Vaikka Anni Polva ei omien sanojensa mukaan mielellään osallistunutkaan kirjakauppakiertueille, hän oli silti aktiivinen raportoimaan kustantajalle kirjojensa näkyvyydestä eri medioissa. Esimerkiksi oltuaan radiohaastattelussa hän kirjoitti kustantajalle tästä ja arvioi sillä olevan erinomainen mainosarvo hänen kirjoilleen. Polva kannusti kustantajaa laittamaan lehteen ison mainoksen samaan aikaan kun haastattelu tulisi uusintana radiosta. Polva harmitteli sitä, että hänen radioesiintymisensä ei päässyt laajempaan julkisuuteen. Toisaalta hän kommentoi samalla, ettei radio ollut enää väylä kansan sydämiin, vaan televisio-ohjelmien mainospalat.³⁰³ Toisessa kirjeessä kustantajalle hän kertoi kuulleensa kahdesta rouvasta, jotka aiemmin eivät hänen kirjojaan olleet lukeneet, mutta kyseisen radio-ohjelman kuultuaan intoutuneet kysymään kirjakaupasta Polvan kirjoja.

Strandén moitti kustantajia siitä, että nämä eivät pystyneet näkemään asiakkaitaan tarpeeksi suurina ryhminä, joiden halut ja tavat olisivat helposti tutkittavia. Hänen mukaansa pelkästään erilaisuuteen vetoava myynti ei toiminut juuri millään alalla.³⁰⁴ Kirja-alalla markkinointia tehtiin hyvinkin pragmaattisesti ja usein ilman mainostoimistoja. Tyyli ja mallit levisivät ammattilaistoimistoista kustannustalojen omille viestintä- ja markkinointihenkilöille.

³⁰¹ Kaipainen, Anu: Jäähvyäiset kirjallisuusmatineoille. *Pohjoinen* 4/1965.

³⁰² Kaipainen, Anu: Jäähvyäiset kirjallisuusmatineoille. *Pohjoinen* 4/1965.

³⁰³ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 67, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, päiväämätön, 1970.

³⁰⁴ Strandén, Erkki: Joko kirja on kulutustavara. *Mainostaja* 4/1969. Strandén ei kuitenkaan maininnut Russel Reevesin *unique sales proposition* eli USP-menetelmää, josta suomalaiset markkinoijat puhuivat ja varmasti kokeilivatkin.

Näistä kriittisistä puheenvuoroista huolimatta suomalainen kustannusala ei ollut täysin toimintakyvytön markkinoinnin suhteen. Tästä kertoo muun muassa pieni uutinen *Mainostaja*-lehdessä vuodelta 1969. WSOY, Otava ja Tammi olivat lanseeranneet uuden *Kirja kerran kuussa* -postimyyntikampanjan. Uutisessa viitattiin siihen, että vaikka television pelättiin vievän lukijoita ja raunioittavan kirjallisuuden lukemisen, oli kustantamoissa huomattu kirjojen lainaustoiminnan kasvaneen ja television ohjelmien antaneen uusia virikkeitä kirjojen valintaan. *Mainostaja*-lehti kiittelikin kustannusalaan nopeasta toiminnasta ja kyvystä reagoida muutoksiin.³⁰⁵

2.7 Monipuolistuvat julkaisumuodot ja myyntikanavat

Pehmeäkantisia kirjoja oli myyty jo kauan, mutta 1960-luvulla oli nostetta pienten taskukirjojen uudelle nousulle. Tästä on esimerkkinä Otavan Delfiikirjojen mainos. Mainoksessa on kuvattu tyylikäs herrasmies hattu päässään, kävelykeppi kädessään ja ruusuke rintapielessä lukemassa kirjaa. "*Ennen pitkää tulette kuitenkin lukemaan taskukirjoja, keskustelemaan niistä. Miksette yhtä hyvin olisi ensimmäisten joukossa.*" Mainostekstin alla ingressissä kerrotaan, että se vallankumous, joka lukemistottumuksissa oli tapahtunut muualla länsimaissa, oli lähtenyt käyntiin Suomessakin ja "*(...) taskukirjat tulevat yhä voimallisemmin*".³⁰⁶ Myös Karisto mainosti tuote-esitteissään taskukirjoja.

Kariston kuulumisia -lehdessä oli vuonna 1962 ensimmäinen näyttävämpi mainos Anni Polva -kirjojen taskukirjapainoksista. Taskukirjoina oli julkaistu Polvan kaksi ensimmäistä teosta 1940-luvulta. Kirjoissa oli värillinen valokuvakansi, paksut kartonkikannet ja koko oli normikirjaa reilusti pienempi. Hintakin näille kirjoille oli vain 280 markkaa, eli merkittävästi edullisempi kuin tavallinen sidottu kirja, jonka hinta liikkui noin 600–800 markan välillä.³⁰⁷ Karisto jatkoi Polvan kirjojen taskukirjasarjaa

³⁰⁵ Markkinointiponnistuksia. *Mainostaja* 1/1969.

³⁰⁶ Delfiini-kirjojen mainos. *Mainostaja* 3/1968.

³⁰⁷ Räiskyvää rakkautta - taskukoossa! *Kariston kuulumisia* 1/1962. Tilastokeskuksen julkaiseman *Rahanarvokerroin 1860–2016* mukaan taskukirjan hinta vuoden 2016 euroina olisi ollut noin 6,10 euroa ja sidotun kirjan hinta liikkuisi 13–17,50 euron välillä. Suomen virallinen tilasto (SVT): Kuluttajahintaindeksi, Rahanarvokerroin 1860–2016. http://www.stat.fi/til/khi/2016/khi_2016_2017-01-13_tau_001.html Viitattu 4.12.2017.

useilla teoksilla. Vuonna 1963 kustantaja mainosti taskukirjasarjaan tulleita uusia nimikkeitä ja antoi kirjakauppiaille ohjeita myymiseen: "*Lienee paikallaan tuoda esiin näiden kirjojen kirjoittaja, tekstimäärän runsaus sekä paperin laatu, kun verrataan niitä moniin hinnaltaan edullisemman tuntuisiin taskukirjoihin*".³⁰⁸ Polva-sarjan taskukirjat eivät olleet halvimpien kioskikirjojen hintatasoa ja kustantaja halusi tähdentää niiden laatua myös kirjakauppiaiden silmissä.

Taskukirjoja oli Kariston tarjonnassa runsaasti 1960-luvulla. Kuitenkin Untamo Utrio suri 1968 sitä, miten normaalikirjan arvostuksesta oli seurannut taskukirjan aliarvostus. Utrio kaipasi kirjan laskemista tavallisen kulutustuotteen rinnalle ja kannusti mahdollisuuteen tehdä heräteostoja taskukirjoilla.³⁰⁹ Mahdollisuuksia heräteostoksiin kuitenkin oli jo tuolloin olemassa. Taskukirjojen lisäksi kustantajat olivat nimittäin pitkään julkaisseet teoksia erikseen nimetyissä sarjoissa. Sarjoissa julkaistiin monenlaista kirjallisuutta. Tammella oli ollut laadukasta käännöskirjallisuutta sisältävä *Keltainen kirjasto* vuodesta 1954, Gummeruksella dekkareita *Salama*-sarjassa 1950-luvun alusta ja WSOY:llä sekä klassikkoja että ajanvietekirjallisuutta sisältävä *Riksin sarja* 1950-luvulla. WSOY oli julkaissut vastaavaa edullista pehmeäkantisten kirjojen *Kymmenen markan sarjaa* jo 1930-luvulta. Polvan kirjoja julkaistiin paitsi edellä mainitussa taskukirjasarjassa myös sidottuina kirjoina yhdeksän kirjan *Anni Polva* -sarjassa, joka lanseerattiin miljoonan kirjan juhluvuonna 1970.

Kirjakerhot olivat uusi tai ainakin uudestaan markkinoitu ja käynnistetty myyntikanava, joka tuli mahdolliseksi sääntelyn purun myötä. Untamo Utrio oli jo 1940-luvulla yrittänyt käynnistää kirjakerhoa *Kirjapiiri*-nimellä, mutta tuolloin hanke kaatui lopulta myyntirajoituksiin, sillä *Kirjapiiri* olisi saanut myydä vain piirin omia kustanteita, ei muiden kustantajien tuotteita. Kun hintasäätely 1970-luvun alussa purettiin ja myynti avattiin kilpailulle, ei esteitä kirjakerhojen perustamiselle ollut. WSOY, Tammi ja Otava perustivat *Suuren Suomalaisen Kirjakerhon* sekä jäsenilleen neljä kertaa vuodessa kirjapaketteja tarjonneen *Kolibri-kirjaston*. Gummerus, Karisto, Kirjayhtymä ja Weilin + Göös puolestaan perustivat 1972 oman kirjakerhonsa nimellä *Uusi Kirjakerho*. 1970-

³⁰⁸ Suosituista suosituimpia, uuden taskukokoisen rakkausromaanisarjamme uutuudet. *Kariston kuulumisia* 8/1963.

³⁰⁹ Utrio 1968, 164–165.

luvun alussa kirja-alan myyntikanavista suhteellisesti eniten kasvoi juuri kirjakerhojen myynti. Niiden osuus koko kirjamarkkinoista oli esimerkiksi 1971 jo 10 prosenttia.³¹⁰ Anni Polva -kirjojen kannalta kirjakerhot olivat merkittävä myyntikanava, mutta vasta 1970-luvun loppupuolelta lähtien.

Vuonna 1910 perustettu Rautatiekirjakauppa välitti kirjoja ja lehtiä kauppoihin ja kioskeihin myytäviksi ja yhtiön kioskeissa myytiin 1930-luvulta alkaen makeisia, tupakkaa ja luettavaa. Suomen Kustannusyhdistys määritteli Rautatiekirjakaupan kirjamyymintamahdollisuuksia niin, että oppikirjoja lukuun ottamatta kirjoja sai myydä vain määritellyillä alueilla, joita olivat rautatiet, nimetyt linja-autoasemat ja lehtitoimistot. Muualla yritys tai sen jälleenmyyjät saivat myydä vain hintarajan alle jäävää kirjallisuutta. Esimerkiksi vuonna 1969 tämä raja oli 15 markkaa, jolloin suurin osa kovakantisesta kaunokirjallisuudesta ja tietokirjallisuudesta jäi rajan yläpuolelle. Kirjallisuuden myynti olikin vielä 1960-luvulla hyvin pieni osa Rautatiekirjakaupan kioski- ja lehtipisteiden liikevaihdosta, jos yrityksen tuolloin omistamaa Suomalaista Kirjakauppaa ei lasketa mukaan. Taskukirjat olivat lehtien ohella kauppiaille ja kioskeille markkinoitu myyntituote.³¹¹

Taskukirjojen osalta myyntipalkkio oli 1960-luvun lopulla sama kuin lehdistä, ja kauppiaita kannustettiin *R-uutisissa* ottamaan näitä myytäviksi, kunhan he muistaisivat nostaa ne myyntitelineissä esille kannet selvästi näkyviin. Myydyimpiä taskukirjasarjoja olivat lännensarjat sekä jännityskertomukset. Sen sijaan kokonaan oma lukijakunta oli *R-uutisten* mukaan *Amor*-sarjalla ja *PR-taskukirjoilla*, joissa julkaistiin Polvan ja Räsäsen ”(...) *herkullisen humoristiset, yleensä sotkuisista lemmen leikeistä kertovat kirjat*”.³¹² Toisessa *R-uutisten* artikkelissa näihin sarjakirjoihin viitattiin käyttökirjallisuutena, joita hinta ei estä ostamasta, sillä tällaisia kirjoja lukiessa voisi vaikka mutustella voileipää pelkäämättä kirjan sivujen puolesta. Sarjakirjoja ei ostettu

³¹⁰ Palèn, Pentti & Kurkinen Pekka: Kirjamarkkinat muuttuvat - mikä on kirja tänään, mikä huomenna. *Mainostaja* 6/1972.

³¹¹ Kastemaa 1970, 202–205; *R - mikä se on?* Esittelyfilmi, tilaaja Rautatiekirjakauppa. Suomi-Filmi Oy, 1962. Elonet, Suomen kansallisfilmografia, <http://www.elonet.fi/fi/elokuva/133496> (viitattu 11.5.2018).

³¹² Agentit ja Amor myyntivaltteina. *R-uutiset* 1/1968.

hyllyntäytteeksi, vaan lukija saattoi kirjat luettuaan heittää ne roskiin.³¹³ Polvan kirjojen kappalemääräinen myynti nousi 1960-luvun lopulla epäilemättä osin taskukirjojen ja kirjapakettien julkaisujen myötä.³¹⁴

R-uutisissa kirjoitettiin 1960-luvun lopulla paljon markkinoinnista ja mainonnan merkityksestä. Osa kirjoituksista käsitteli perusasioita, kuten esimerkiksi lehtien ja kirjojen asettelua kioskissa tai myyntijulisteiden merkitystä. Tämä kertoo siitä, että kioskien ja lehtipisteiden pitäjille tällaiset myyntiä auttavat käytännön markkinointitoimet olivat vielä uusia. Toimintamalleja haluttiin edistää vertais esimerkeillä, kuten vuonna 1968 julkaistu juttu porvooolaisesta kauppiasta Paul E. Jokisesta. Lehdet ja sarjakirjat olivat hänelle uusin asiakaspalvelun muoto. Jutussa korostettiin varsinkin sarjakirjojen esillepanon ja myymisen vaivattomuutta.³¹⁵ Brändinäkökulmasta lehtijutussa oli kiinnostavaa se, miten lehdet ja kirjat nostettiin asiakaspalveluksi. Turisteja ja kaupunkilaisia voisi palvella paremmin tarjoamalla näille nopeaa ja helposti ostettavaa luettavaa.

Suomessa arvostettiin kirjoja ja lukemista, ja monet muut tavat viettää aikaa koettiin ajoittain uhkaavan lukemisharrastusta. Elokuvat olivat suosittuja ja 1950-luvun lopulla ilmaantui vielä enemmän ajan käyttöön vaikuttava televisio ensin harvan ja 1960-luvun kuluessa yhä useamman olohuoneeseen. Elokuvat eivät kuitenkaan olleet uhka muille vapaa-ajan tekemisille, vaan niillä saattoi olla hyvin toimiva liitto kirjallisuuden kanssa. Hyvin myyneistä kirjoista voitiin tehdä elokuva ja suosituista elokuvista puolestaan julkaista kirjoja. 1950-luvun kuuluisin kirjan ja elokuvan liitto oli ehdottomasti Väinö Linnan *Tuntematon sotilas* (1954) ja Edvin Laineen siitä ohjaama elokuva vuodelta 1955.

Romantiikkaa kirjoittaneilta oli tehty 1930-luvulla elokuvia varsinkin Hilja Valtosen teoksista: muun muassa *Vaimoke* (1936) ja *Hätävara* (1939). Yhteensä Valtosen kirjoista kuvattiin 6 elokuvaa, viimeisimpänä *Neiti Talonmies* (1955) ja lisäksi Valtosen käsikirjoitti tai oli mukana käsikirjoittamassa neljä muuta elokuvaa. 1940-luvulla

³¹³ Illat pitenevät, lukuhalut lisääntyvät, sarjakirjamyynti kasvaa. *R-uutiset* 4/1968.

³¹⁴ Myyntitietoja eri julkaisumuodoista ei ole enää saatavilla.

³¹⁵ Porvoon kauppiat: mainos maksaa itsensä. *R-uutiset* 3/1968.

kuvattiin myös muun muassa Gunnar Widegrenin ja Sigrid Boon suosituista romaaneista elokuvia, joissa päähenkilöä esitti Helena Kara.

Kara valittiin romanttisen sankarittaren rooliin myös Polvan kirjailijakollegan Aino Räsäsen romaanista *Soita minulle, Helena!* tehtyyn elokuvaan. Fennada-Filmin tuottama ja Hannu Lemisen ohjaama elokuva julkaistiin vuonna 1948. Kirja oli ollut vuoden 1945 myyntimenestys ja elokuvaa arvioitiin suhteessa romaaniin. Useassa elokuvan arvostelussa kommentoitiin alkuteoksen heikkouksia. *Helena*-kirjaa moitittiin missiromaaniksi sekä junalukemiseksi ja elokuvaa nyyrikki-tasoiseksi melodraamaksi. Elokuvasta oli myönteisiäkin arvioita, esimerkiksi *Ilta-Sanomissa* Juha Nevalaisen kirjoittama, jonka mielestä Räsäsen romaanista tehty elokuva palveli kansan romantiikan toiveita. Toisin kuin *Tuntemattoman sotilaan* tapauksessa, Helena-elokuva kohtasi suurimman kritiikin juuri alkuperäisen romaanin tähden.³¹⁶ Räsäsen *Helena*-sarjasta tehtiin vielä kolme muuta elokuvaa, *...ja Helena soittaa* (1952), *Näkemiin Helena* (1955) ja *Pää pystyyn Helena* (1957).

Anni Polva saatettiin niputtaa Kariston markkinoinnissa Räsäsen kanssa samaan suosikkikirjailijan asemaan, mutta hänen kirjoistaan ei silti tehty elokuvia. Fennada-Filmi osti vuonna 1951 Polvalta 40 tuhannella markalla oikeudet käyttää romaania *Vihaan hameväkeä* (1949) elokuvakäsikirjoituksen pohjana, mutta elokuvaa siitä ei silti tehty.³¹⁷ Tässä tutkimuksessa käytössä olleessa materiaalissa ei ole tullut esille Anni Polvan omaa tai muidenkaan esittämää kommenttia siitä, että Polva-kirjoja olisi suunniteltu siirtää valkokankaalle tai televisioon. Polvan kustannustoimittaja Seppälän mukaan kirjojen filmaamisesta ei koskaan puhuttu.³¹⁸ *Tiina*-kirjoista tehtiin televisiosarja vasta 1990-luvun alussa.

³¹⁶ *Soita minulle, Helena!* Suomen kansallisfilmografia, Elonet-verkkosivusto, <http://www.elonet.fi/fi/elokuva/122343> Viitattu 3.12.2017.

³¹⁷ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Fennada-Filmi Oy:n sopimus filmausoikeudesta ja saatekirje vuodelta 1951. Kotelo 1.

³¹⁸ Anneli Seppälän haastattelu, Hämeenlinna 15.3.2018.

2.8 Kirja-alan sääntely ja sen purkaminen

Kirjakaupat toimivat yksinoikeudella kilpailun vapauttamiseen asti 1971. Alan erikoisuuksia olivat kustannusyhdistyksen säätelemien kauppojen perustamisoikeuksien lisäksi kustantajan tarjoama näytevarasto, joka mahdollisti kirjakaupoille pieniriskisen myynnin sekä valmiiksi määritellyt hinnat. Kirjakauppias ei saanut antaa alennusta kustantajan määräämästä hinnasta ja myymättömien kirjojen poistomyyntiä säädeltiin voimakkaasti.³¹⁹

Vuonna 1964 oli säädetty laki taloudellisen kilpailun edistämisestä ja kielletty määrähintojen käyttö, mutta kirja-ala sai säilyttää muutaman kerran uusitulla erikoisluvalla määrähintajärjestelmänsä. Samana vuonna säädetty liikevaihtoverolaki toi ensimmäisen kerran kirjallisuuden verotuksen piiriin. Kirja-alan historiaa tutkineen Kai Häggmanin mukaan tämä päätös oli symbolisesti tärkeä rajapyykki, sillä nyt kirjallisuus laskettiin alas sivistyksellisestä ja taiteellisesta erityisasemastaan tavalliseksi kauppatavaraksi. Sanoma- ja aikakauslehdet säilyttivät edelleen verovapauden.³²⁰

Untamo Utrio ja monet muut kritisoivat kirjakauppa-alan suljettua ja tiukasti säädeltyä myyntiä. Utrion mukaan monopolista kiinni pitäminen aiheutti kirja-alalle vain hallaa ja edisti kirjakauppiaiden harhaista käsitystä myyjän markkinoista. Lukijat ja ostajat jätettiin kauppiaiden ja kustantamojen sodasta ulkopuolisiksi.³²¹ Määrähintajärjestelmä ajettiin lopulta alas ja kirja-ala vapautui kilpailulle 1.1.1971. Yhtenä argumenttina säätellylle oli ollut pelko kirjakauppakuolemista ja siitä, että uudet rajoittamatta perustettavat kirjamyyntipisteet keskittyisivät vain menekkikirjoihin, mikä tuottaisi lopulta muun kirjallisuuden menekin laskun.³²²

Mainostaja-lehden haastattelussa vuonna 1972 tuolloinen WSOY:n pääjohtaja Hannu Tarmio myönsi, että uusi myyntijärjestelmä jätti varjoon "(...) sellaiset kirjallisuuden lajit, kirjallisuustyypit ja kirjat, jotka löytävät kaikkein vähiten ostajia (...)". Hän totesi,

³¹⁹ Utrio 1968, 49–50.

³²⁰ Häggman 2012, 247.

³²¹ Utrio 1968, 80–81.

³²² Palèn, Pentti & Kurkinen Pekka: Kirjamarkkinat muuttuvat – mikä on kirja tänään, mikä huomenna. *Mainostaja* 6/1972.

että suurta kirjakauppakuolemaa ei ollut tapahtunut ja lukijalla oli edelleen mahdollisuus saada käsiinsä haluamansa kirjat. Samassa haastattelussa Gummeruksen Olli Arrakoski kertoi, että uusi myyntirakenne oli vaikuttanut heillä eniten markkinointiin ja mainontaan, mutta ei kustannuspolitiikkaan.³²³

Kirja- ja paperikauppiaiden liiton puheenjohtaja Heimo Salovaara kommentoi, että määrähintajärjestelmän ja yksinoikeuden purku oli jo ensimmäisenä jouluna näkynyt alennushallien hintakilpailuna ja suurten kappalemääraisten ostojen edukkuuden verrattuna pieniin ostomääriin. Salovaara oletti, että ajan myötä kilpailun vapauttaminen tulisi muuttamaan kirjakauppaverkostoa, joka *Mainostaja*-lehden toimituksen mukaan olikin tuolloin (1972) maailman tihein. Alalle tulleet uudet toimijat Kalle Anttila Oy:n ja SOK puolestaan kokivat säätelyn päättymisen kuluttajan voittona tarjonnan ja myyntipisteiden monipuolistuessa.³²⁴

Suomen kirjailijaliiton hallituksen jäsenenä toiminut Erno Paasilinna kritisoi, että hintajärjestelmän ja myyntikanavien uudistuksen tuottama myönteinen kehitys koitui vain harvalukuisten menestyskirjailijoiden hyväksi ja heidänkin osaltaan tekijäpalkkioiden myötä menestys oli lopulta vain tulonsiirtoa kustantajille. Paasilinna pelkäsi vähälevikkisen kirjallisuuden jäävän yhä enemmän menekkiteosten varjoon ja samalla kun markkinointi uudella tavalla keskittyi, yleiskuva kirjallisuudesta vinoutuisi. Kaunokirjallisuus joutuisi Paasilinnan mielestä tekemään tilaa viihde- ja kioskikirjallisuudelle.³²⁵

Kun säätely oli avattu kilpailulle 1971, kuultiin myös kannanottoja, että aiemmin ei ollut juuri kilpailua ja vasta säätelyn purkamisen jälkeen kustannusalan piti tarkastella itseään paitsi kulttuurilaitoksena myös liikeyrityksenä.³²⁶ Tällainen havainto esitettiin

³²³ Palèn, Pentti & Kurkinen Pekka: Kirjamarkkinat muuttuvat – mikä on kirja tänään, mikä huomenna. *Mainostaja* 6/1972.

³²⁴ Palèn, Pentti & Kurkinen Pekka: Kirjamarkkinat muuttuvat – mikä on kirja tänään, mikä huomenna. *Mainostaja* 6/1972.

³²⁵ Palèn, Pentti & Kurkinen Pekka: Kirjamarkkinat muuttuvat – mikä on kirja tänään, mikä huomenna. *Mainostaja* 6/1972.

³²⁶ Palèn, Pentti & Kurkinen Pekka: Kirjamarkkinat muuttuvat – mikä on kirja tänään, mikä huomenna. *Mainostaja* 6/1972.

Mainostaja-lehdessä 1972. Jokainen kustannusyritys oli varmasti jo aiemminkin toiminut kuin liikeyritys, mutta markkinointiajatteluun kilpailun avaamisella oli merkitystä. Käytännössä määrähintajärjestelmä korvautui ohjehinnoilla, jotka pysyivät hyvin määräävinä 1980-luvun lopulle asti.³²⁷ Vuonna 1970 kirjakauppojen osuus kirjamyynnistä oli 70 prosenttia ja putosi siitä vuoteen 2009 mennessä 38 prosenttiin. Suurin muutos koski koulujen oppikirja- ja kirjastojen kirjahankintoja, jotka siirtyivät 2000-luvulle mennessä käytännössä pois kirjakaupoilta.³²⁸

Anni Polvan kirjojen myyntiin säännöstelyn lopettaminen vaikutti erityisesti kirjakerhojen ja kirjakerhopainosten mahdollistuessa. Polvan kirjoista oli jo aiemmin tehty taskukirjapainoksia, joita myytiin kioskeissakin, mutta varmasti lisämyynti uusissa kaupoissa auttoi Polvankin kirjojen myynnissä.

Brändin kannalta merkittävää oli 1960-luvun puolessa välissä kasvanut aikaisemmin julkaistujen teosten uusintapainosten määrät markkinoilla. Voi olettaa, että suurimmassa osassa kaunokirjallisuutta myyvissä kirjakaupoissa Suomessa oli 1960-luvun lopulla tarjolla useampia Polvan teoksia. Teosten värikkäät, koomiset ja huomion kiinnittävät kannet sekä sanavalmiit nimikkeet rakensivat brändikuvaa, siitäkin huolimatta, että visuaalinen viestintä vaihteli ja kiinnittyi enemmän kirjasarjaan tai julkaisutapaan kuin Polvan ”tuotenimeen”.

Kirjakaupan myyjien koulutusmateriaalit osoittivat, että jo 1950-luvulla viihteen myyminen oli niin yleistä, että siihen liittyviin kysymyksiin käytettiin opetusmateriaaleissa reilusti tilaa. Materiaalien ydinviestinä oli hienovaraisesti pyrkimys suositella ostajille monipuolisesti kirjallisuutta, mutta kunnioittaa kuitenkin ostajan haluja ja olla väheksymättä viihdettäkään.

Kustantajan markkinointimateriaalissa kaupoille oltiin huomattavasti räväkämpä ja selkeämpiä viestinnässä. Anni Polva -brändin ydinviestin voisi näistä materiaaleista tulkita olleen humoristinen rakkaus, jolla oli takuuvarma menekki kirjakaupoissa. Myyntiargumentteina käytettiin suosiota ja painosten loppumisella uhkaamista. Polva rinnastettiin saman kustantajan kirjailijaan Aino Räsäseen, mutta romantiikan

³²⁷ Häggman 2012, 247–248.

³²⁸ Ekholm & Repo 2010, luku Kirjakauppa 1970–2010. Elektroninen lähde.

näkökulmasta kustantaja rakensi näille selkeää eroa viestinnällisesti. Räsäsen romantiikkaa viestittiin konservatiivisempana, kun taas Polvan romaaneja myytiin vitsikkyydellä, suoraviivaisilla naissankareilla ja lennokkailla juonikuvauksilla.

Samaan aikaan Polvan teosten aikana 1945 eteenpäin kirjakauppa-ala uudistui monin tavoin ja myyntiin sekä markkinointiin kiinnitettiin huomiota. Toisten, kuten kulttuurialan markkinointia kritisoineen Eero Silvastin, mielestä kirjallisuutta ei oikeasti osattu markkinoida ja toisten, esimerkiksi Helsingin Sanomien Toini Havun, mielestä kirjallisuuden mainostus saattoi vääristää teosten menekkiä vähemmän myyvien mutta parempien teosten tappioksi. Tietyllä tavalla kaupallisuuden vastaisuudesta kertoi silti alan toimijoiden käymä viivytystaistelu vapaampaa kilpailua vastaan.

3 Kirjailija ja brändinrakentaja

Tässä luvussa tutkitaan Polvan kirjailijanuran rakentumista eli sitä, miten Anni Polvianderista tuli suosikkikirjailija Anni Polva, ja miten jo ensimmäisistä kirjoista alkaen alkoi kustantajalle ja kirjailijalle muodostua kuva siitä, millainen kirjailija Polva oli ja millaisia "Polva-kirjat" olivat. Anni Polva -brändin taustoittamiseksi on tärkeää avata Polvan kirjailijakuvaa sekä hänen näkemyksiään kirjailijaroolistaan. Luvussa tutkitaan myös Polvan kirjoittamisprosessia sekä kustantajasuhdetta.

Anni Polvalle teosten myynti oli elintärkeä asia, jota hän pohti kirjeissä kustantajalle sekä päiväkirjoissaan. Polvan voi sanoa rakentaneen systemaattista strategiaa teosten myynnin ja asiakaskiinnostuksen ylläpitämiseksi.

3.1 Koululaisesta perheenäidiksi – tarinoiden vuodet 1920-luvulta 1940-luvulle

Anni Polva eli Anni Heinonen syntyi vuodenvaihteessa 1915 Pietarissa perheensä esikoisena. Hänen isänsä Kalle Heinonen oli töissä vaihdemiehenä rautateillä ja perhe asui Kivennavan Raivolassa. Anni Polvan äiti Saima Heinonen (omaa sukuaan Anttila) oli Annin syntyessä 18-vuotias. Anni syntyi oman kertomansa mukaan lähes kaksi kuukautta etuajassa ja siksi synnytykseen oli ollut pakko lähteä sairaalaan Pietariin. Polvan mukaan hänen kotikunnassaan kirkonkirjaan merkitty syntymäpäivä 6.1.1915 oli väärä, sillä oikea syntymäpäivä oli jouluna 1914. Syntymäpaikaksi kirjattu Pietari taas aiheutti sen, että Polva oppi tappelemaan poikien kanssa koululaisena Tampereella, sillä nämä saivat hänet helposti ärsytettyä tappeluun nimittämällä häntä ”*pikkuryssäksi*”.³²⁹ Heinosten perhe asui Raivolassa vuoteen 1918, josta he muuttivat Kalle Heinosen työn myötä Lappeenrannan kautta Tampereelle. Tampereella perheeseen syntyi vielä poika ja tyttö. Tampereesta tuli Anni Polvalle tärkeä lapsuuden ja nuoruuden kotikaupunki. Perhe vietti kesitä vanhempien kotipaikoilla Hämeessä.³³⁰

³²⁹ SKS KIA. Anni Polvan kirjailijahaastattelu 20.11.1981. Haastattelijat Tuula Pikkilä, Mari Maasilta ja Ulla Leppänen. L234.

³³⁰ Ahola, Suvi: *Polva, Anni*. Kansallisbiografia-verkojulkaisu. Studia Biographica 4. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1997- (viitattu 8.10.2017)

Lapsuuttaan Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran haastatteluissa muistellut Anni Polva on kertonut olleensa hyvin kovapäinen lapsi, jota kodin tiukka kuri ei fyysisestä rankaisemisesta huolimatta lannistanut. Hän kertoi olleensa usein karkuretkillä ja kiipeilemässä, vaikka tiesi retkien seuraamukset. Toisaalta Polva mainitsee lapsuutensa olleen onnellinen sekä haastatteluissa että muistelmakirjassaan *Kun olin pieni* (1986). Isän periaatteilla oli iso merkitys Polvan myöhempään elämään ja myös esimerkiksi Tiina-kirjoihin. Rehellisyyden vaatimus oli ehdoton, samoin esimerkiksi se, että kotona ei saanut kiroilla ja kotiintuloajoista pidettiin tiukasti kiinni.³³¹ Viimeisimmässä kirjailijahaastatteluista Polva silti mainitsee, että isä oli kiva, ”mutta kyllä siinä oli äärettömän paljon epäoikeudenmukaisuutta”³³², mutta se ei silti hänen mukaansa haitannut, sillä rakkautta oli paljon.

Kirjailijahaastatteluissaan Polva nosti useamman kerran esille häneen nuorena eniten vaikuttaneen F. W. Foersterin teoksen *Osaatko elää*, josta hän osasi vielä lähes 70-vuotiaana siteerata monia anekdootteja ja oppeja. Vaikka kyseessä oli kirjailijan nuoruuden lempikirja, eikä siitä voi toki vetää yhtäläisyysmerkkejä Polvan maailmankuvaan, oli teoksella varmasti jonkinlainen vaikutus ja myöhemmin symboliarvo Polvalle. Hän säilytti kirjan ja katsoi sen niin tärkeäksi, että liitti osaksi Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran arkistoon antamaansa materiaalia. Tuo kyseinen kirja, Polvan nuorena alleviivaamana, onkin nyt arkistoituna osana Anni Polvan arkistoa.

Teoksen kirjoittaja Foerster oli saanut vaikutteita reformipedagogiikasta ja eettisen kasvatuksen liikkeestä. Tutkija Kristiina Eqvistin mukaan Foersterille oli olemassa vain kahdenlaisia tekoja: yhteiskuntaa hajottavia tai kokoavia ja yhteiskuntayhteys oli kaiken muun sivistyksen edellytys. Foersterin ajattelua leimasi myös vahva kristillinen tausta, jopa perisyntioppi sekä erityisesti luonteenkasvatuksen ja itsensähallinnan ideat.

³³¹ Kts. Polva 1986; SKS KIA. Anni Polvan kirjailijahaastattelu 20.11.1981. Haastattelijat Tuula Pikkilä, Mari Maasilta ja Ulla Leppänen. L234; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³³² SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

Luonteenkasvatus perustui tahdonvoimaa kehittäviin harjoituksiin.³³³ Foersterilla oli Suomessa kannattajia esimerkiksi porvarillisessa naisvoimisteluliikkeessä. Aino Sarje on tutkinut voimisteluliikkeen historiaa ja kirjoittaa, että Foersterin opetuksissa korostui naisten ja tyttöjen rooli yhteiskunnassa äiteinä, kasvattajina ja kodin hoitajina, joille ei ollut luonnollista esimerkiksi kilpaurheilu tai muu epänaiseellinen toiminta.³³⁴ Osaatko elää? -teoksen opit yhdistyivät Polvan kotona edellytettyyn tiukkaan moraaliin ja ajatteluun sosiaalisesta vastuusta. Polva on muisteluissaan kertonut käyttäneensä kirjan oppeja harjoitellessaan itsehillintää ja kiusauksista kieltäytymistä. Ehkäpä hiukan samoin, kuin myöhemmin Tiina-kirjojen päähenkilön itsekasvatusmenetelmät, esimerkiksi itsensä pakottaminen virkkaamaan, vaikka se tuntuisi kuinka kamalalta ja vaikealta tahansa.

Kuva 23. Anni Heinonen 16-vuotiaana, vuonna 1931



Lähde: KIAK2004:67:285. Kuvaaja tuntematon.

Kuva 24. Anni Polviander 25-vuotiaana, vuonna 1940



Lähde: KIAK2004:67:274. Kuvaaja tuntematon.

³³³ Ekqvist 2011, 19–37.

³³⁴ Sarje 2010, 83–98.

Anni Heinonen kävi Tampereella alakoulun ja lyseota, jossa hän pärjäsi erittäin hyvin. Erityisesti näytelmä- ja lausuntaharrastus oli nuorelle Anni Heinoselle tärkeää. Hänen isänsä ohjasi näytelmiä Tampereen rautatieläisten teatterissa. Tyttären haaveissa siinsi näyttelijän ura, vaikka isä toppuuttelikin tätä unelmaa vaatimalla tätä ensin käymään kouluja. *”Ei saa tulla kiveks ja kannoks, ettei osaa vieraskielisiä sanoja lausua eikä ymmärrä vierasta kieltä yhtään. Jotta ois näyttelijä, niin täytyy lukee vähä enempi.”* Näin Anni Polva muisteli isänsä maininneen.³³⁵

Nuoruuden päiväkirjaansa Anni Heinonen kirjoitti palavasta halustaan saada esiintyä suurille katsojajoukoille ja haaveili pääsystä seuranäyttämölle.³³⁶ Tämä toive päästä mukaan näytelmäkerhoon kuitenkin kariutui vanhempien kieltoon. 15-vuotias Anni koki kiellon erityisen epäreiluna, sillä hän oman arvionsa mukaan jo vietti niin paljon aikaa kotona, eikä käynyt edes ”Hämpillä” [Hämeenkatu], jossa muut tytöt kävivät. Teatteriharrastus ei silti jäänyt pelkäksi unelmaksi, vaan Anni toimi aktiivisesti mukana lausuntakerhossa ja esiintyi mielellään kaikissa mahdollisissa juhlissa. Teatterin lisäksi Anni Heinonen rakasti elokuvia ja oli lapsesta asti käynyt katsomassa niitä omien sanojensa mukaan todella paljon. Elokuva-ala ei kuitenkaan uramielessä Annia kiehtonut, vaan teatteri ja lausunta olivat esiintymisvalmiin tytön ykköstoiveet.³³⁷

Teatterin ohella ammattisuunnitelmissa siinsi myös Teknillinen korkeakoulu. Tämä haave oli syntynyt lyseon opettajakunnan kannustuksesta, sillä hän pärjäsi hyvin matemaattisissa aineissa. Koulun opettajat kannustivat Heinosta pyrkimään insinööriksi. Tämäkin unelma, kuten teatteriura, kariutuivat Anni Heinosen isän yllättävään kuolemaan

³³⁵ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³³⁶ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1931. Päiväkirjamerkintä 3.1.1931. Kotelo 29.

³³⁷ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

huhtikuussa 1931. Anni oli tuolloin 16-vuotias. Isä oli ollut hänelle tärkeä esikuva ja ihanne, hyvin kurinalaisesta ja tiukasta kasvatuseriaatteesta huolimatta.³³⁸

Isä oli ollut Heinosten perheen ainoa tulonhankkija ja Annin mahdollisuus jatkaa opiskelua ylioppilaaksi asti ja siitä eteenpäin korkeakouluun oli mahdotonta. Lyseon opettajien vastustuksesta huolimatta Anni jätti koulun kesken ja haki kaksivuotiselle kauppaopiston linjalle Tampereen Kauppaoppilaitokseen. *"Ei ne miesraukat ollenkaan ajatelleet, että tyttö jolta oli isä kuollut ja äidillä ei ole mitään ammattitaitoa, ja kaksi sisarusta, se on nopeasti mentävä työhön voidakseen elättää sen perheen."*³³⁹ Anni Heinonen valmistui Tampereen Kauppaoppilaitoksesta 1934.³⁴⁰ Ylioppilastutkinnon puute jäi häntä silti vaivaamaan ja myöhemmin 40–1950-luvulla Polva suoritti kursseja, mutta ylioppilastutkinto jäi lopulta hankkimatta, Polvan muistelmien mukaan ruotsin kielen kokeen tähden. Varsinkin matematiikan opiskelu olisi häntä houkuttanut, mutta Polva ei enää myöhemmin palannut ylioppilastutkintohaaveeseen, vaan opiskeli ja koulutti itseään monenlaisilla muilla kursseilla.

Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran kirjailijahaastattelussa Anni Polva korosti, että hänen oli pakko elättää perhe, valinnan varaa ei ollut. Isän tiukkoihin periaatteisiin oli näet kuulunut se, ettei hänen vaimonsa tee palkkatyötä. Ratkaisuna hankalaan tilanteeseen oli Annin nopea kouluttautuminen sekä monet hanttityöt, joita hän teki opintojen ohella ja kauppaopiston jälkeen. Nämä usein ikävätkin kokemukset vaikuttivat Polvan mukaan hänen kirjoihinsa. Polva oli töissä muun muassa ”kolmannen luokan kuppiloissa” ja piikana kitsaan emännän talossa, jonka rautateillä ”pomona” oleva isäntä taputteli häntä takapuolelle ja lahjoi suklaalevyillä olemaan kertomatta vaimolleen. Polva ei kuitenkaan lopettanut työtään isännän ahdistelun tähden, vaan emännän ahneuden: Hän kertoi haastattelussa tapauksesta, jolloin hänet oli komennettu viemään homehtunut kaurapuuro ja ”kotkelo maito” sika-astiaan, kun vanha mies tuli ovelle kyselemään pientä syötävää.

³³⁸ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

³³⁹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

³⁴⁰ Sinisalo 1946, 120.

Emäntä oli pyytänyt Annia viemään sika-astian sijaan pilaantuneet ruoat miehelle. ”*Tämä oli se piste*” kertoi Polva haastattelussa vuonna 1986 ja kertoi lopettaneensa sen jälkeen piian työt.³⁴¹

Tuon tapahtuman jälkeen Polva meni töihin Klingendahlin puuvillatehtaalle, jossa hän koki olevansa enemmän numero kuin ihminen. Hän koki kellokortin käytön aliarvoisena ”*ihan niinku olis joku rikollinen ollu*”.³⁴² Uutta hänelle oli myös tehtaan naisten keskinäiset riidat ja tappelut sekä pieni vaatteiden vaihtoon varattu koppi ja kylmä vesi peseytymistä varten. Polva ei ollut koskaan kokenut tai luultavasti edes nähnyt teollisuustyötä ja tehdastyö oli hänelle koettelemus. Pahinta hänen muistinsa mukaan oli, että työ vaati täyden huomion, eikä työtä tehdessä voinut ajatella omiaan: ”*Tavallisesti kun mä kävelen tai kun mä teen jotakin, niin mä ajattelen asioita. Mutta kun koko ajan täyty kattoo, kun se meni se sukkula siinä.*”³⁴³ Tehdastyön jälkeen Polva pääsikin koulunsa rehtorin suosituksesta kirjaosakeyhtiöön vähittäismaksuosastolle toimistotöihin. Polva muisteli, että hänen käymänsä ylimääräiset kurssit työväenopistossa ja mainoskoulussa (Myynti- ja Mainoskoulun kurssi 1935) vaikuttivat paikan saamiseen, kun hakijoita oli todella paljon.³⁴⁴

Kouluaikoinaan Polva tienasi rahaa myös muun muassa antamalla matematiikan tunteja koululaisille ja kirjoittamalla maksusta kouluaineita niin omille koulutovereilleen kuin muille. Hän esimerkiksi kertoo Matista, jonka lähes kaikki kouluaineet hän kirjoitti. Erään kerran hän oli samaan tehtävään kirjoittanut seitsemän eri ainetta ja kun hän oli pelastanut yhden koululaisen ehdoilta, tytön varakas perhe kutsui hänet syömään kotiinsa Pyynikille.

³⁴¹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³⁴² SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³⁴³ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³⁴⁴ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

Tuossa kodissa Anni näki ensimmäisen kerran Pekka Halosen taulun ja kertoi sen jälkeen Halosen olleen hänen lempimaalarinsa.³⁴⁵

Isän kuoltua äidillä ei ollut muita säännöllisiä tuloja kuin perheen kahden huoneen ja keittiön asunnosta toisen huoneen alivuokraamisesta saatu maksu.³⁴⁶ Tulojen väheneminen näkyy myös Anni Polvan säästökirjasta tuolta ajalta. 1920-luvulla tilille oli talletettu säännöllisesti noin 50 markkaa kerrallaan ja tammikuussa 1932 hänellä oli säästösssä runsaat 400 markkaa. Vähitellen joulukuuhun 1933 mennessä lähes kaikki rahat oli nostettu.³⁴⁷ Kirjailijahaastattelussa Polva muisteli, miten hän vei aina palkan äidilleen kuin aviomies ja *"tällä tavalla tuli sitten tienattua kovasti rahaa perheenisänä siihen aikaan"*.³⁴⁸ Pula-ajasta ja jatkuvasta taloudellisesta huolesta huolimatta Polva kertoi haastatteluissa, ettei elämä ollut kauheaa, vaikka rahaa ei ollut. Toisaalta, haastatteluissa kuuluu jatkuva puhe rahasta ja siihen liittyviä muisteluita. Vaikka Polva ei vanhemmiten ehkä muistellut pahalla nuoruuden taloudellista kurjuutta, se epäilemättä leimasi hänen myöhempää elämäänsä paljon. Pelko taloudellisista vaikeuksista ja pärjäämisestä näkyi Polvan myöhemmissä päiväkirjamerkinnöissä ja yhtä lailla tämän antamissa kirjailijahaastatteluissa 1980-luvulla.

Kauppaopisto-aika ei kaikesta huolimatta ollut ikävää. Polva toimi aktiivisesti tapahtumien järjestäjänä, esiintyi puhujana ja lausujana sekä oli edelleen mukana teatterinäytelmissä. Hän myös kirjoitti itse näytelmiä.³⁴⁹ Anni Polva on kertonut siitä,

³⁴⁵ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³⁴⁶ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³⁴⁷ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Tampereen Säästöpankin säästökirja vuosilta 1925–1946. Kotelo 1.

³⁴⁸ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³⁴⁹ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1933–1934. Päiväkirjamerkintä 25.2.1933. Kotelo 29.

kuinka hän lapsena luki paljon ja kirjoitti itsekin pieniä tarinoita ja juttuja. Lukeminen ja kirjoittaminen olivat tärkeä osa hänen lapsuuttaan, mutta eivät ainoa tai aina tärkeinkään asia.³⁵⁰ Kirjallisuus ja kirjoittaminen säilyivät rakkaana harrastuksena lyseon keskeyttämisestä huolimatta. Kirjoittamisen ja eri tyylien kokeilemisen halu näkyi myös Polvan nuoruudenpäiväkirjoissa. Hän kuvaili mielellään maisemia, kirjoitti uskonnollista pohdintaa ja kuvasi proosatyylin arjen sattumia.³⁵¹

Harrastukselle omistautumisesta kertoo sekin, että hän oli hakenut Nuoren Voiman Liiton Kirjallisen harrastuspiirin jäseneksi ja tuli hyväksytyksi siihen 16-vuotiaana. Harrastusnäytteissä, jollaiset Nuoren Voiman Liittoon hakiessa piti lähettää arvioitavaksi, oli mukana kolme pientä kertomusta. Yksi teksteistä oli hyvin tunteenomainen kuvaus isän haudasta. Tämän kirjoituksen Anni Polva muisti vielä 1983 tehdyssä kirjailijahaastattelussa ja piti sitä tärkeänä etappina oman kirjoittamistyönsä alkutaipaleella.³⁵²

Polva on kertonut sekä kirjailijahaastattelussa että omaelämäkerrassaan *Hyvästi lapsuus* anekdootin siitä, miten Mika Waltari oli kertonut radio-ohjelmassa uusista lahjakkuuksista Nuoren Voiman Liitossa ja maininnut Anni Heinosen yhtenä näistä kirjallisista lupauksista. Anekdootin todenperäisyys jää epäselväksi, mutta kiinnostavaa onkin se, miten tärkeäksi Polva koki Waltarin mahdollisen kommentin. Paljon myöhemmin, kirjoitettuaan lähes 100 teosta ja kohdattuaan paljon kritiikkiä, Polva toisteli useaan kertaan tätä Waltarin lausetta: "*Jos se raukka olisi tiennyt, ketä se silloin mainosti!*"³⁵³

17–18-vuotiaan Anni Heinosen päiväkirjamerkinnöistä paljastuu kirjallinen tyyli, joka oli näkyvissä myöhemmin hänen viihdekirjoissaan. Hän kirjoitti tapahtumista hauskoina

³⁵⁰ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastatteliija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

³⁵¹ Kts. SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirjat 1930-luvulta. Kotelo 29.

³⁵² Polva 1987, 220–222.

³⁵³ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastatteliija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

sattumina, käytti paljon vuoropuhelua ja vauhdikkaita kuvauksia. Toisaalta hän kirjoitti julkisestikin paljon tekstejä, joita esitti itse juhlissa, iltamissa ja koulun tapahtumissa. Niistäkin kertovissa päiväkirjamerkinnöissä korostui halu naurattaa yleisöä: "*Sitten oli minun määrä mennä lukemaan aineeni, jonka olin edellisenä päivänä kirjoittanut. Loisto menestys! Yleisö aivan ulvoi! Fritzikin [opettaja] kehui oikein kädestä pitäen*".³⁵⁴

Polva jatkoi toimintaansa Nuoren Voiman Liitossa. Hän oli muun muassa järjestämässä Tampereella kirjailijamatineaa. Tästä matineasta ja ehkä muissakin vastaavissa yhteyksissä Polva loi kontakteja useisiin kirjailijoihin, hän esimerkiksi kävi Pentti Haanpään kanssa kirjeenvaihtoa jonkin aikaa 1930-luvulla.³⁵⁵

Poikaystäviä Anni Polvalla ei ollut ollut ennen kuin hän tapasi Unto Polvianderin 1930-luvun puolessa välissä. Kihlusaikaa varjosti syvä kiintymys yhteen kouluaikojen ystävään, joka jopa pyysi lopulta Annia jättämään sulhasensa.³⁵⁶ Näin ei kuitenkaan käynyt ja Anni Heinonen meni naimisiin Unto Polvianderin kanssa 1938. Avioliitto oli Polvan mukaan hyvä, vaikka ainakin 1950-luvun lopulla mustasukkaisuus ja keskinäiset riidat leimasivat suhdetta. Täysi uskollisuus ja rehellisyys oli Anni Polvan elämänfilosofiana niin kirjojen sankaritarten luonteenpiirteissä kuin hänen itselleen asettamissaan vaatimuksissa.

Tamperelainen Unto Polviander oli töissä teknikkona Yleisradiolla, vähän aikaa Helsingissä, Kuopiossa ja lopuksi Turussa, jonne perhe muutti 1940-luvulla. Polviander toimi Yleisradiolla radiossa ja myöhemmin televisiossa radioteknikkona, studiopäivystäjänä ja 1969 alkaen yliteknikkona. Hän kuoli Turussa 1998 ja Anni Polviander 2003. Perheen lapset, neljä tyttöä ja poika, syntyivät 1941, 1944, 1946, 1952

³⁵⁴ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1933–1934. Päiväkirjamerkintä 11.3.1933. Kotelo 29.

³⁵⁵ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869. Kirjeenvaihto Haanpään kanssa loppui Polvan mukaan hänen kihlusaikanaan. Muisteluissaan hän pahoitteli suuresti sitä, miten nuo kirjeet poltettiin Polvan äidin kuolinpesän selvityksen yhteydessä.

³⁵⁶ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä tammikuussa 1957. Kotelo 29.

ja 1954. Toiseksi vanhin tytöistä kuoli nelivuotiaana vuonna 1948. Kansallisbiografian mukaan Polviandereiden lapset ovat olleet hyvin koulutettuja.³⁵⁷

Sotavuotiaan Anni Polva on kuvannut muistelmateoksessa *Elettiin kotirintamalla* (1981). Kirjailijahaastatteluissa Polva kertoo myös raskauksistaan, keskenmenoista ja hyvin vaikeista synnytyksistä. Elämä oli monella tapaa selviytymistä niin taloudellisesti kuin arjen hallinnoinnin ja lastenhoidon kannalta. Polva muistelee silti kaikkea tapahtunutta kiitollisuudella ja kertoo kaiken aina lopulta kääntyneen hyvin.³⁵⁸ Toisaalta Polvan 1940-luvun lopun päiväkirjamerkinnöistä välittyy toisenlainen kokemus. Maija-tytön äkillinen sairastuminen ja kuolema kevättälvellä 1948 oli hänelle musertava asia, joka aiheutti vuosien, mahdollisesti jopa vuosikymmenten, mittaisen masennuksen. Sitä ei helpottanut keskenmenot, joista ainakin yhden syyksi lääkäri kertoi hänelle olevan ”hermojen ylivoimainen jännitystila”.³⁵⁹ Syksyllä 1948 Polva kirjoitti päiväkirjaansa ”(...) yhä useammin ja useammin palaa mieleen ajatus, että elämme täällä vain olemattoman tuokion ja sitten lähdemme. Kaikki on aivan kuin menettänyt tarkoituksensa – koko elämä.”³⁶⁰ Toimintatarmo ja elämänilo näyttävät palaavaan päiväkirjamerkintöihin vasta vuonna 1950, vaikka senkin jälkeen Polvan merkinnöistä näkyy masennuksen ja toisaalta työtarmon vaihtelu. ”Olen valtavassa luomiskuumeessa jälleen. Energia kuohuu yli laitojen. Pitäisi kirjoittaa, opiskella, matkustaa... Eilen leikkasin tytöille 7 pukua ja 8 housut, ne on ensin saatava kokoon. Sitten on tehtävä itselle pari pukua, ja sitten käyn

³⁵⁷ Ahola, Suvi: *Polva, Anni*. Kansallisbiografia-verkkojulkaisu. Studia Biographica 4. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1997- (viitattu 8.10.2017); KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 67, Sähke, Arvi A. Karisto Unto Polvianderille, 19.3.1971.

³⁵⁸ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³⁵⁹ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä 17.7.1948. Kotelo 29.

³⁶⁰ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä 17.9.1948. Kotelo 29.

jälleen kiinni kynään.”³⁶¹ Luovuus ja toimintatarmo kohdistuivat niin ompelemiseen kuin haaveisiin opinnoista.

Anni Polva hoiti ajan tavan mukaan koko perheen arjen ruoasta vaatteisiin, lasten hoidon ja kodin siivoukset. Perhe ja koti tulevat hänen päiväkirjamerkinnöissään yleensä aina ensin, vaikka monessa kohdin hän toivoo lisää aikaa omiin kiinnostuksen kohteisiinsa: erilaisiin kursseihin, varsinkin ompelemisen ja matematiikan opiskeluun. Polvianderit asuivat 1940- ja 1950-luvuilla hyvinkin vaatimattomasti pienessä asunnossa, jossa tilaa keskittyä omiin tekemisiin ei äidillä juuri ollut. Kirjailijahaastatteluissa Polva muisteli, että siivous ei häntä koskaan oikein kiinnostanut ja oli helppoa ottaa likinäköisenä vain silmälasit pois päästä, jos ei halunnut nähdä pölykoiria.³⁶² Suurin huoli Polvalla oli vuodesta toiseen lasten ja miehen terveys, oma terveys ja perheen taloudellinen toimeentulo. Taloudellinen pärjääminen toimi tärkeänä moottorina kirjoittamistyölle.

Anni Polva on kertonut ensimmäisen romanttisen romaaninsa kirjoittamisen keskeisen motiivin olleen rahapula. Sota-aikana aviomiehen ollessa rintamalla tämän sotakuukausipalkka ei Polvan mukaan riittänyt mihinkään ja alituinen rahapula vaivasi.³⁶³ Kirjoittaminen ei ollut ainoa keino, jolla Polva hankki tuloja. Perheenäitinä uuden ammatin löytäminen kuitenkin kariutui usein lastenvahtiongelmiin. Näin Polva kertoi käyneen esimerkiksi Yleisradion radiotoimittajakurssille sekä piirustuskoululle, jota hän kävi vuoden verran. Toimittajan työhön liittyviä kursseja Polva suoritti lisää 1950-luvulla Turun kesäyliopistossa.³⁶⁴ Jotkut koulutukset toivat lisärahaa, kuten 1940-luvulla

³⁶¹ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä 9.5.1950. Kotelo 29.

³⁶² SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³⁶³ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

³⁶⁴ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Todistus Turun kesäyliopiston radio- ja televisiokurssilta vuodelta 1957 ja todistus Turun kesäyliopiston Sanomalehti- ja tiedotusopin kurssista 1961. Kotelo 1.

suoritettu Gallup-haastattelijan koulutus.³⁶⁵ Polva työskenteli Gallup-haastattelijana ainakin 1950-luvun lopulle ja tästä työstä hän myöhemmin kertoi ammentaneensa kirjoihinsa ymmärrystä siitä, mikä suomalaisia naislukijoita kiinnosti. 1940-luvulla aloitettu toimittajakurssi, piirustuskoulu sekä Gallup-haastattelijan työ kertoivat toisaalta aktiivisesta naisesta, joka halusi kouluttautua ja toisaalta siitä, että kirjailijan työ ei tuntunut ainoalta vaihtoehdolta.

Raija Majamaa kysyi Anni Polvalta kirjailijahaastattelussa 1986, tunsiko tämä katkeruutta siitä, ettei voinut toteuttaa itseään, kuten olisi ehkä halunnut. Polva vastasi, että hän oli aina osannut tyytyä tilanteeseen, vaikka aluksi olisi tuntunut vaikealta.³⁶⁶ Opiskeluinto ja uuden oppimisen halu säilyi Polvalla vanhuusvuosiin asti. Hän suoritti Turussa asuessaan muun muassa sienineuvojakoulutuksen, matkaopaskurssin, kiinteistönhoidon koulutuksen, valokuvaus- ja hyötykasvikursseja, yrttineuvojakurssin ja monia muita koulutuksia.³⁶⁷ Polva harrasti aktiivisesti valokuvausta ja teatteritaide säilyi tärkeänä hänen elämässään. Kaikkien näiden opintojen ja harrastusten kokemuksia hän hyödynsi teoksissaan.

3.2 Anni Polvianderista Anni Polvaksi, maine syntyy ja vakiintuu

Anni Polva aloitti varsinaisen kirjailijanuransa 30-vuotiaana vuonna 1945 teoksella *Rakasta minua hiukan* ja julkaisi sen jälkeen vuosittain uuden romaanin 1980-luvun alkuun ja senkin jälkeen useita kirjoja vuoteen 1993 asti. Viihteellisten romaaniensa lisäksi Polva julkaisi kymmeniä lasten- ja nuortenkirjoja, kuuluisimpana *Tiina*-sarja, sekä yhden salanimellä kirjoitetun aikuisten romaanin.

³⁶⁵ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Suomen Gallup Oy:n Valtuuskortti, ohjeita ja kurssikirjeitä vuodelta 1946. Kotelo 1.

³⁶⁶ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³⁶⁷ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Todistus Turun kaupungin ja Turun Opaskerho ry:n järjestämän oppaiden peruskurssin suorittamisesta 1972, kurssitodistus Ammattienedistämislaitoksen järjestämän kiinteistönhoitokurssin suorittamisesta 1976, todistus Oriveden opiston valokuvauskurssille osallistumisesta 1977 ja 1978, todistus Kullaan metsä- ja puutalouden kurssikeskuksen yrttineuvojakurssille osallistumisesta 1984. Kotelo 1.

Ennen teosta *Rakasta minua hiukan* häneltä oli julkaistu *Aamulehden* satukilpailuun kirjoitettu kertomus vuonna 1943.³⁶⁸ Lisäksi hän oli kirjoittanut mahdollisesti 1940-luvulla käsikirjoituksen romaanista nimeltä *Olenhan äiti* nimimerkillä Maija Hämäläinen.³⁶⁹ Tuo julkaisematon teksti on tyyliltään hyvin erilaista ja kömpelömpää kuin Polvan 1940-luvun julkaistut kirjat. Polva on kirjailijahaastattelussa maininnut lähettäneensä Nuoren Voiman hopeamerkinäytteeksi käsikirjoituksen.³⁷⁰ Kyseessä voi mahdollisesti olla juuri tämä julkaisematon käsikirjoitus.

Rakasta minua hiukan julkaistiin 1945 kustannusliike Arvi A. Karisto Oy:n kustantamana.³⁷¹ Kustannuspäätöksen Polvan romaanista teki kustantamon perustajana ja toimitusjohtajana vuoteen 1956 toiminut Arvi A. Karisto. Professori Juhani Niemen mukaan Karisto oli enemmän liikkeenjohtaja kuin kirjallinen makutuomari.³⁷² Kustantajana hän pelasi varman päälle ja osasi yhdistää kannattavuuden kulttuurisiin arvoihin sekä reagoida muuttuviin markkinoihin tarvittaessa nopeastikin. 1940-luvulla tämä näkyi muun muassa Kariston profiilissa runsaasti sota-aiheista kirjallisuutta julkaisevana kustantamona.³⁷³ Kustantamon kirjallisena johtajana työskennellyt Väinö Hämeen-Anttila oli kuollut 1942, jonka jälkeen kirjallisen johtajan tehtävää hoiti sivutoimisesti Kariston ikätoveri ja yhteistyökumppani Aukusti Simojoki Helsingistä käsin. Arvi A. Karisto toimi operatiivisena kirjallisena johtajana toimitusjohtajan tehtäviensä ohella, vaikka antoikin kirjailijoilleen ja myöhemmille kirjallisille johtajille

³⁶⁸ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Oy Suomen Kirja:n kustannussopimus 25.8.1943. Kotelo 1.

³⁶⁹ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Olenhan äiti -käsikirjoitus. Kotelo 16.

³⁷⁰ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

³⁷¹ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kustannussopimus teoksesta *Rakasta minua hiukan* 23.3.1945. Kotelo 1.

³⁷² Kustannusliike perustettiin nimellä Kustannusliike Boman & Karlsson ja nimi vaihdettiin 1907 omistuspohjan muututtua Arvi A. Kariston kustannusliikkeeksi. Yhtiöjärjestelyjen myötä yritys vaihtoi vielä nimeä vuonna 1917 Arvi A. Karisto Oy:ksi. Nykyisin yhtiö toimii nimellä Karisto Oy.

³⁷³ Niemi 2008, 115–118.

suhteellisen vapaat kädet. Karisto itse myös luki käsikirjoituksia ja antoi niistä palautetta, myös Polvan käsikirjoituksista.³⁷⁴

Kun Anni Polvan ensimmäinen romaani julkaistiin 1945, oli kustannusalalla vallinnut jo muutaman vuoden noususuhdanne, suorastaan kirjakupla. Kirjoja julkaistiin ja ostettiin ennennäkemättömän vilkkaasti ja alalle tuli runsaasti uusia toimijoita. Osasyyn kirjakuplaan oli sota-ajan sääntelytalous, joka suosi kirjoja muiden hyödykkeiden sijaan. Kirjamyynnin kasvu kriisiaikoina ei ollut vain suomalainen ilmiö. Esimerkiksi ensimmäisen maailmansodan aikana Englannissa kasvoivat julkaistujen ja myytyjen kirjojen määrät merkittävästi. Sama näkyi populaarikirjallisuuden historiaa tutkineen professori Clive Bloomin mukaan Englannissa myös toisen maailmansodan aikana, jolloin varsinkin kevyemmän luettavan myynti- ja lainausmäärät 1947 tehdyn laajan kirjastotutkimuksen perusteella kasvoivat.³⁷⁵

Suomessakin sota-aika näkyi kirjankustantamisen kasvuna (Kuvio 3). Vuonna 1940 julkaistiin 271 suomenkielistä kaunokirjallista teosta (mukaan luettuna lasten- ja nuortenkirjat) kun viisi vuotta myöhemmin julkaistiin jo yli 700 teosta vuodessa.

Kasvu näkyi sekä käännöskirjallisuudessa että kotimaisessa kirjallisuudessa, vaikka kotimainen kirjallisuus ylittikin 1950-luvun puoleenväliin asti nimikkeiden määrässä käännöskirjallisuuden (Kuvio 4).

Menekin kasvu kulki rinnan kirjakauppojen määrän ja myymälätilojen koon kasvun kanssa. Heikki Reenpään mukaan sotien jälkeisiä vuosia leimasi yleisesti kaupallisempi asenne kirjallisuuteen.³⁷⁶ Sota-aika oli merkinnyt viihdekirjallisuuden, viihteellisten elokuvien ja radio-ohjelmien voimakasta kasvua ja sen voi sanoa pohjustaneen populaarikulttuurin nousua.³⁷⁷ Kustannusosakeyhtiö Otavan historian kirjoittaneen Pertti Lassilan mukaan sotien jälkeen kirjallisuuden kenttä alkoi myös entistä selvemmin

³⁷⁴ Niemi 2000, 38–39.

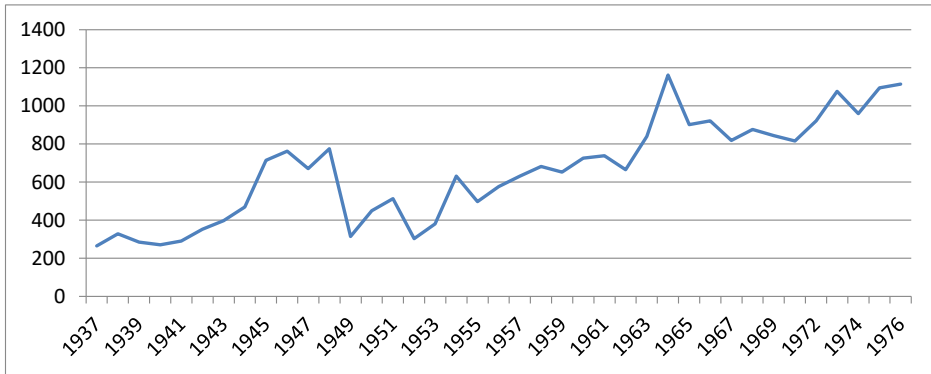
³⁷⁵ Bloom 2002, 31–32, 49. Bloom on toiminut professorina Middlesexin yliopistossa English and American Studies -oppiaineessa.

³⁷⁶ Reenpää 2003, 18.

³⁷⁷ Heinonen & Konttinen 2001, 109–110.

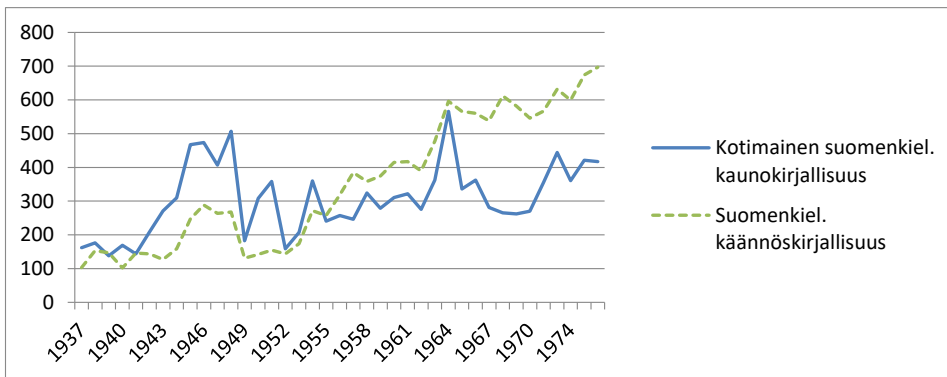
jakautua pienen yleisön korkeakirjallisuuteen ja suuren yleisön kevyempään kirjallisuuteen.³⁷⁸

Kuvio 3. Suomessa julkaistu suomenkielinen kaunokirjallisuus 1938–1976



Lähde: Tilastollinen päätoimisto / Tilastokeskus. Suomen tilastollinen vuosikirja (SVT).³⁷⁹

Kuvio 4. Suomessa julkaistu suomenkielinen kaunokirjallisuus 1938–1976, kotimainen ja käännöskirjallisuus eroteltuna



Lähde: Tilastollinen päätoimisto / Tilastokeskus. Suomen tilastollinen vuosikirja (SVT).³⁸⁰

³⁷⁸ Lassila 1990, 60.

³⁷⁹ SVT 1949. Taulu 320; SVT 1950. Taulu 313; SVT 1955. Taulu 341; SVT 1960. Taulu 336; SVT 1965. Taulu 342; SVT 1970. Taulu 350; SVT 1976. Taulu 319. Taulukossa on mukana Suomen tilastollisen vuosikirjan mukaiset luvut. Todelliset luvut ovat suurempia, sillä tilastollisen vuosikirjan tiedoissa on mukana vain Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenorganisaatioiden tiedot.

³⁸⁰ SVT 1949. Taulu 320; SVT 1950. Taulu 313; SVT 1955. Taulu 341; SVT 1960. Taulu 336; SVT 1965. Taulu 342; SVT 1970. Taulu 350; SVT 1976. Taulu 319.

Polva sai Karistolta hyväksyvän kirjeen teokselleen maaliskuussa 1945. Kustantaja tarjosi kirjaa julkaistavaksi joko edullisessa 20 markan sarjassa tai kenties itsenäisenä kirjasena. Palkkioksi Polvalle tarjottiin 8 000–10 000 markkaa³⁸¹, joka oli Karistolla perushinta edullisen luokan kirjoista eli sellaisista, joilla ei kustantajan määritelmän mukaan ollut sanottavaa kirjallistaiteellista arvoa, vaan jotka oli tarkoitettu etupäässä ajanvietelukemiseksi.³⁸² Anni Polvan vastauskirjeitä ei ole säilynyt, mutta päivämääristä päätellen Polva päätti heti Kariston kirjeen saatuaan suostua palkkioon, sillä kolmen päivän kuluttua Karistolta lähetettiin sopimuskaavakkeet Polvalle ja siitä taas kolmen päivän kuluttua kirje, jonka liitteenä oli postivekseli 10 000 markan palkkiosta.³⁸³ Kustantajan hyväksymiskirjeen ja maksuosoituksen välillä kului siten vain kuusi päivää.

Polvan ensimmäisen teoksen kustannuspäätös tehtiin hyvin nopeasti. Vain pienistä korjauksista mainittiin, mutta mitään suurempaa editointia ei edellytetty. Kustannuspäätöksestä ja palkkiosta innostuneena Polva lähetti Karistolle vielä samana keväänä nuortenkirjan käsikirjoituksen *Topi jäi vain luokalleen*.³⁸⁴ Tuota kirjaa ei kustantaja suostunut sellaisenaan kustantamaan, vaan ehdotti kirjailijan muokkaavan tekstin uudelleen ja Polvan ensimmäinen nuortenkirja julkaistiin keväällä 1946 nimellä *Me tytöt opiskelimme*.³⁸⁵ Tämän jälkeen Polva julkaisi vielä muutamia nuortenkirjoja,

³⁸¹ Keskimääräinen vuotuinen palkka esimerkiksi maataloustyöväkeen kuuluvalla talon ruoassa olevalla palvelijalla oli 1945 noin 11 712 mk ja karjakolla 16 893 mk. Taulu 265. Maataloustyöväen keskimääräiset palkat vv. 1935—1945. *Suomen tilastollinen vuosikirja 1944–1945*. Tilastollinen päätoimisto 1946.

³⁸² KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 12, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 21.3.1945.

³⁸³ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 12, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 26.3.1945; SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kustannussopimus teoksesta *Rakasta minua hiukan*, 23.3.1945. Kotelo 1.

³⁸⁴ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 12, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 2.1.1946; KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 12, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 4.1.1946.

³⁸⁵ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kustannussopimus teoksesta *Me tytöt opiskelimme*, 30.7.1945. Kotelo 1.

kunnes 1956 ilmestyi ensimmäinen *Tiina*-sarjan kirja³⁸⁶, jonka jälkeen Polvan ura lasten- ja nuortenkirjailijana lähti toden teolla käyntiin.

Rutiinipäätöksellä kustannettu *Rakasta minua hiukan* saapui kirjakauppoihin joulumarkkinoille 1945. Kirja osoittautui suosituksi, sillä koko 7 000 kappaleen painos myytiin loppuun ja kirjasta otettiin kaksi uusintapainosta puolen vuoden kuluessa. Onnistumisesta innostuneena Anni Polva tiedusteli Karistolta kannattaisiko hänen jatkaa kirjoittamista toisellakin kirjalla, johon Arvi A. Karisto vastasi uskoen, että toinen teos voisi onnistua yhtä hyvin, varsinkin jos Polva keksisi teokselle taas vetävän nimen.³⁸⁷ Kuin tunnustukseksi hyvästä alusta, Polvalle myönnettiin keväällä 1946 Karistolta 30 000 markan stipendi kirjalliseen työskentelyyn.³⁸⁸ Stipendistä kertovassa kirjeessä Arvi A. Karisto viittasi mieluisaan yhteistyöhön ja luottamukseen, jota kirjailija oli kustantajalle osoittanut sekä toivotti yhteistyön jatkumista, jatkuvaa työvireyttä ja yhä suurempaan menestykseen johtavaa luomiskautta.³⁸⁹

Ensimmäisen kirjan rutiininomaisen ja tyyliltään jopa tylyn kirjeenvaihdon sävy oli menestyksen myötä muuttunut. Kenties Karistolla vainuttiin Polvasta uutta menestyskirjailijaa, ehkäpä jopa Otavan Hilja Valtosen, 1930-luvun painosten herrattaren, tyyliin. Karisto solmi kustannussopimuksen vuonna 1945 myös kirjailija Aino Räsäsen kanssa. Räsäsen *Helena*-sarjasta tuli yksittäisten kirjojen myynnillä mitaten huomattavasti Polvaa menestyneempi kirjailija, mutta ei Polvankaan suhteen kustantajan vainu ollut väärässä. Polvan toinen romaani, *Anna suukko, kultaseni*, myi kaksi painosta joulumyynnissä 1946.³⁹⁰

³⁸⁶ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kustannussopimus teoksesta *Tiina*, 23.8.1955. Kotelo 1.

³⁸⁷ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 14, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 4.1.1946.

³⁸⁸ Vaikka stipendi oli markkamääräisesti lähes saman verran kuin Polvan saama korvaus kahdesta esikoiskirjan painoksesta, ei stipendi käytännössä ollut arvoltaan yhtä paljon, kun huomioidaan voimakas inflaatio ja markan devalvoinnit.

³⁸⁹ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kirje Arvi A. Karistolta Anni Polvianderille, 17.5.1946.

³⁹⁰ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 14, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 30.12.1946.

Kirja-alan noususuhdanne päättyi 1940-luvun lopulla, jolloin sotavuosina alalle tulleet uudet toimijat alkoivat kaatua ja kirjojen myynti väheni dramaattisesti. Kirjojen myynti seuraili tavarapulan trendejä: niiden myynti väheni samalla kun muita tuotteita päästettiin pois säännöstelystä. Inflaatio ja kasvaneet kustannukset nostivat myös kirjojen hintoja.³⁹¹ Tilastollisen vuosikirjan perusteella suomenkielisen kirjallisuuden, sekä kotimaisten että käännöskirjojen, julkaisumäärät putosivat alle puoleen vuodesta 1948 vuoteen 1949 (kuvio 4).

Anni Polvan ensimmäisten teosten menestyksen voisi tulkita johtuneen alan yleisestä ylikuumenemisesta, mutta 1940-luvun lopun taantuma osoitti Polvan saavuttaneen nimeä kirjailijana ja uskollisen lukijakunnan. Joulun 1947 romaani *Tuletko aviomiehekseni* myi joulumarkkinoilla kaksi painosta ja kolmas otettiin heti seuraavan vuoden alussa. Kirjamyynnin yleisesti taantuessa vuonna 1948 Polvan romaanista *Oletko sinäkin lemmensairas* otettiin aluksi vain yksi painos, mutta pian painoksen loputtua toinen, laskusuhdanteesta huolimatta.³⁹²

Kirjakauppiaille ja sidosryhmille suunnatussa *Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia* -lehdessä listattiin alkuvuonna 1948 menneen joulun menestysteoksia, mutta Polva ei päässyt mukaan luetteloon. Sen sijaan Aino Räsäsen *Olen odottanut sinua* -teoksesta oli otettu neljä painosta jouluksi. Muutenkin lehdessä mainostettiin näkyvästi Räsäsen *Soita minulle, Helena* -menestysteosta, kun Polvan vuoden 1947 uutuus *Tuletko aviomiehekseni* vilahti vain kuvatekstissä.³⁹³ Syksyn 1948 lehdessä jatkettiin *Helena*-kirjan mainontaa, olihan siitä otettu jo 14. painos, mutta myös Polvan saman syksyn uutuutta mainostettiin.³⁹⁴ Siinä missä Räsäsen teoksia mainostettiin määritteillä "erinomaista psykologista näkemystä" ja "herkistynyttä naisellisuutta kuvaava teos" kirjoitettiin Polvan uutukaisesta muun muassa termein "verraton ilokirja" ja "entistä

³⁹¹ Niemi 2000, 94.

³⁹² KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 20, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 3.12.1948.

³⁹³ Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia 1/1948.

³⁹⁴ Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia 8/1948.

riemastuttavampi".³⁹⁵ Kirjailijoiden erilainen profiili oli jo alussa näkyvissä kustantajan viestinnässä.

Anni Polva ei mainitse kirjeissään eikä haastatteluissa Aino Räsästä kuin kysyttäessä kirjastojen kirjalinnasta ja silloin hän viittaa vain yleisesti Räsäsen kirjoihin. Polvan kustannustoimittajana 19 vuotta toiminut Anneli Seppälä muistelee, että Polva ei sietänyt Aino Räsästä eikä ollut tämän kanssa tekemisissä. Räsäsen menestyksellä, varsinkin *Helena*-sarjan suosiolla ja niistä tehdyillä elokuvilla saattoi olla merkitystä viileisiin väleihin.³⁹⁶

Vuonna 1949 kirja-alan myynti takkusi entisestään ja painosten kappalemäärää vähennettiin yleisesti 2 000–3 000 kappaleeseen. Kariston keskimääräinen painosmäärä ennen laskusuhdannetta oli ollut noin 5 000 kappaletta ja Polvan kohdalla painoksen pienentäminen tarkoitti 4 000 kappaleen ensipainosta joulun 1949 romaanista *Vihaan hameväkeä*.³⁹⁷ Teosta markkinoitiin otsikolla ”*reippaan vallatonta leikillisyyttä*” ja markkinoinnissa muistutettiin kirjakauppiaita huomioimaan joulukauden suunnitelmiaan, että Polvan kirjoilla oli suuri menekki. ”*Vihaan hameväkeä on juuri sellainen kirja, jota Polvalta odotetaan*” kirjoitettiin *Kariston kuulumisia* -lehdessä.³⁹⁸

Kustantaja oli toiminut turhan varovaisesti painoksen pienentämisessä, sillä romaani menestyi joulumyynnissä niin hyvin, että siitä otettiin joulumyyntiin myös toinen painos. Polvalle kustantaja mainitsi, että menekki oli todella laskenut, mutta häneltä haluttiin silti uusi romaani seuraavaksi vuodeksi. Polvalle oli jo kasvanut oma lukijapiiri.³⁹⁹ Kirjakauppiaille viestittiin *Kariston kuulumisia* -lehdessä Polvan menestyksestä seuraavasti: ”(...) hänellä on vakiintunut maine verrattomana ja omalaatuksena

³⁹⁵ Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia 9/1948.

³⁹⁶ Anneli Seppälän haastattelu, Hämeenlinna 15.3.2018.

³⁹⁷ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 22, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 15.12.1949.

³⁹⁸ Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia 6/1949.

³⁹⁹ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 24, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 24.4.1950.

*leikinlaskijana" ja "lukeva yleisö on maistellut tätä kirjallista hedelmää ja huomannut sen hyväksi".*⁴⁰⁰

Kun vielä joulun 1950 teos *Kelpaanko sinulle* myi joulumyynnissä kolme painosta, oli Polvan romaanien menestys sinetöity. Syy siihen, miksi Polvan teokset painettiin ja myytiin juuri joulumarkkinoilla, perustui kirja-alan kausiluonteisuuteen; suurin osa kaikesta myynnistä tapahtui viimeisellä vuosineljänneksellä.⁴⁰¹

Kustantajan ja kirjailijan kirjeenvaihdossa alkoivat vuosi vuodelta näkyä yhä useammin termit yleisö tai vakiintunut lukijakunta. Vaikka Arvi A. Karisto tai kirjalliseksi johtajaksi nimitetty Aukusti Simojoki eivät enää myöhempien teosten kohdalla pelkästään kiittäneet romaanien kepeyttä, viittasivat he usein Polvan lukijakuntaan, joka kriitikkojen kommentaista ja teosten tyylillisestä köyhyydestä huolimatta odottivat uutta Polvaa jouluksi.⁴⁰² Käsité Polva oli rakentunut.

3.3 "Kuin rivien päältä kirjoittaisi höyhenellä" – Polva-kirjojen syntyprosessi

Anni Polva kirjoitti käsikirjoituksensa aluksi käsin ruutuvihkoihin ja 1950-luvulla noin toisen tai kolmannen version kirjoituskoneella. Tekstiään hän editoi noin 3-4 kertaa ennen sen lähettämistä kustantajalle.⁴⁰³ Editointi tarkoitti kirjoitusvirheiden korjaamista, mutta myös tekstin hiomista tyyliltään kevyemmäksi. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran haastattelussa 1983 kirjailija muisteli työtapaansa huvittuneena. Kaiken kuivan ja raskaan hän kertoi vetäneenä punakynällä yli ja muokkasi tekstiä *"kuin rivien päältä olisi kirjoitettu höyhenellä"*.⁴⁰⁴

⁴⁰⁰ Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia 1/1950.

⁴⁰¹ Utrio 1968, 36.

⁴⁰² KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 22, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 19.12.1949.

⁴⁰³ Kts. Anni Polvan arkistoon tallennetut romaanikäsikirjoitusten versiot. SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Romaanikäsikirjoitukset.

⁴⁰⁴ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

Kun kirjoittamiseen oli aikaa ja inspiraatiota, itse kirjoitusvaihe oli Polvalle yleensä helppoa. Tarinan inspiraatioksi riitti jokin hauska tapahtuma, jota muistella tekstiä syntyi. Hänen oman kuvailunsa mukaan kynä vain kiisi paperilla ja tekstiä tuli sen kummempia pohtimatta. Tämä näkyy monissa ruutuvihkoihin käsin kirjoitetuista versioissa ainakin siinä, että alkuperäinen teksti näyttää kuin yhtäjaksoisesti kirjoitetulta ja sen päälle on tehty jonkun verran muokkauksia.⁴⁰⁵ Nopea kirjoitustyyli ja tekstin ”pulppuaminen” paperille oli tyypillistä monelle muullekin paljon julkaisevalle menestyskirjailijalle. *Helena*-kirjoja kirjoittanut Aino Räsänen on kertonut muistelmakirjassaan kirjoittaneensa spontaanisti ja tekstiä suunnittelematta muuten kuin metsäpoluilla kävellessään.⁴⁰⁶ Ulkomaaisista kirjailijoista vielä nopeampaan kirjoittamistahtiin ja luonteeltaan samantyyppiseen ”automaattiseen” kirjoittamiseen, on viitattu brittiläisen lasten- ja nuortenkirjailija Enid Blytonin kirjoitustyylistä. Blyton julkaisi 1940- ja 1950-luvuilla hurjimmillaan jopa 30 kirjaa vuodessa, josta osa tosin oli kuvakirjoja.⁴⁰⁷

Kuva 25. Anni Polva kirjoituskoneen äärellä 1940-luvulla



Lähde: Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Henkilökuvatietokanta. KIAK2004:77:107.

⁴⁰⁵ Kts. esimerkiksi käsikirjoitusten *Anna Suukko kultaseni* tai *Minäkö muka mustasukkainen* -käsikirjoitusvihot. SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Romaanikäsikirjoitukset. Kotelo 12.

⁴⁰⁶ Airaksinen 1996, 101.

⁴⁰⁷ Mm. Stoney 2008; Ray 1982.

Saatuaan käsikirjoituksen valmiiksi Polva lähetti sen kustantajalle, aluksi postissa, mutta myöhemmin erään *Tiina*-sarjan käsikirjoituksen hukuttua matkalla hän vei käsikirjoitukset henkilökohtaisesti Turusta Hämeenlinnaan. Polvan kustannustoimittaja Anneli Seppälä muistelee, miten kirjailija kävi muutenkin säännöllisesti tervehdyskäynneillä Hämeenlinnassa. Polva tuli bussilla Turusta, vaihtoi kustantamon aulassa villasukat jalkaansa ja kierteli sen jälkeen ovelta ovelle jutellen kaikkien läsnäolevien kanssa. Ainakin 1970-luvulla käyntiin kuului aina myös lounas, jonka kruunasi pikarillinen mesimarjalikööriä. Pois lähtiessään Polva pakkasi kotiin lähetettäväksi työhuoneista poimimiaan uutuuskirjoja ja pinot kustantamon lomakepaperia, jota hän käytti käsikirjoitusten kirjoittamiseen.⁴⁰⁸

Vietyään käsikirjoituksen kustantajalle Polva ei omien sanojensa mukaan enää lukenut ajanvietekirjojensa käsikirjoituksia eikä valmiita teoksia. Eräässä haastattelussa Polva mainitsikin, että Suomessa oli takuuvarmasti ainakin yksi ihminen, joka ei lukenut Polvan kirjoja – hän itse. Polva kertoi sopineensa kustantajan kanssa, että hänen ei tarvinnut enää nähdä tekstiä sen jälkeen, kun käsikirjoitus oli kustantamoon tullut. Kustantaja teki tarvittavan kielenhuollon ja julkaisi teokset.⁴⁰⁹

Polva arveli pureskelleensa tekstit jollain tavalla valmiiksi, kun kustantaja ei niitä halunnut enempää editoida. Aivan kokonaan vailla editointia eivät Polvan teokset Karistolla jääneet, joten Polva ei välttämättä ole muisteluissaan puhunut totta tai muistanut asioita oikein. Esimerkiksi 1961 Polva tarjosi Karistolle kustannettavaksi nuortenkirjaa *Leena ja kaksoset*, jota Polva muokkasi kustantajan pyynnöstä parikin kertaa, eikä se silti miellyttänyt kustantajaa. Kirja julkaistiin kuitenkin 1962. Myös muista kirjoista on viitteitä siitä, että kustantaja korjaili kirjoitusvirheitä ja olisi halunnut Polvan muuttavan "vauhdikasta" tyyliäänkin.⁴¹⁰ Kustannustoimittaja Seppälä muistelee, että

⁴⁰⁸ Anneli Seppälän haastattelu, Hämeenlinna 15.3.2018. Polva ei Seppälän tietämän mukaan koskaan ostanut omaa kirjoituspaperia ja oli muutenkin hyvin tarkka rahan käytössään.

⁴⁰⁹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastatteliija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁴¹⁰ Esimerkiksi kustantajan ja Anni Polvan välinen kirjeenvaihto *Rakkaus rasittaa* -romaanin käsikirjoituksesta vuonna 1955. KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 8.11.1955;

1970- ja 1980-luvuilla Polvan tekstejä piti korjata runsaasti, sillä käsikirjoituksissa oli yleensä paljon virheitä. Muita muutoksia kuin kielenhuoltoa ei teksteille silti tehty. *Tiina*-kirjojen osalta Polva oli tarkka jopa kirjoitusvirheiden korjaamisesta, sillä hän ei halunnut minkään muuttavan Tiinon tyyliä.⁴¹¹

Polva sanoi, ettei olisi voinut hyväksyä yhdenkään kirjansa tekstiä, ei edes *Tiina*-kirjojen, jos olisi niitä lukenut myöhemmin. Polva oli siten hyvin kriittinen omien tekstiensä suhteen, eikä hän kokenut niiden kieltä hyväksi. Luettuaan omaa tekstiään myöhemmin hänelle heräsi vain halu kirjoittaa koko teksti uudelleen, jolloin siitä olisi tullutkin kokonaan toinen kirja.⁴¹² Vanhemmiten Polva alkoi myös pelätä itsensä plagiointia. Perusteluita plagiointipelolleen Polva haki kirjojensa ideoiden todenperäisyydestä. Polvan toistuvana väitteinä oli, että hänen tekstinsä olivat totta ja sisälsivät vain asioita, jotka olivat oikeasti tapahtuneet ja hän pelkäsi, että kymmenien kirjojen jälkeen hän saattaisi käyttää samoja sattumuksia tai tapahtumia uudelleen. Tästä syystä hän kertoi kirjoittaneensa 1970-luvulla teoksiin usein vanhemmista ihmisistä, jottei olisi kopioinut nuoruuden kokemuksiin kirjoista toiseen.⁴¹³

Polva kertoi muisteluissaan kirjoittaneensa usein kotona sängyllä vatsallaan maaten, ruokapöydän äärellä ja milloin missäkin. Polvan käsikirjoitusten luonnokset ruutuvihkoissa kertovat kotiäidistä, joka kirjoitti kaiken muun tekemisen ohessa. Monissa käsikirjoitusvihkoissa on tekstin ohen kirjoitettu puukynällä muistilistoja ostoksista tai

KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Anni Polviander Arvi A. Karistolle 22.8.1955.

⁴¹¹ Anneli Seppälän haastattelu, Hämeenlinna 15.3.2018. Tekstien editoinnissa poikkeuksena olivat Polvan viimeiset teokset 1980-luvun lopulla ja 1990-luvun alussa. Niissä kustannustoimittajan piti tehdä paljon enemmän muokkauksia ja viimeisen kohdalla käytännössä kirjoittaa teos kokonaan uudelleen, sillä edes kirjan rakenne ei sellaisenaan olisi enää ollut ymmärrettävä.

⁴¹² SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁴¹³ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

vaikkapa siitä, mitä vaatteita pitää pakata kesälomaa varten lapsille. Kirjailijanrooliaan tärkeämmäksi hän itse nosti kotiäidin roolin.⁴¹⁴

Kirjoittaminen ei kuitenkaan aina ollut Polvalle helppoa. Hänen 1940- ja 1950-luvun päiväkirjamerkinnöistään näkyy, miten vaativaa ”kynään tarttuminen” saattoi olla. Polva käyttää termiä *pakkokirja* kirjoista, jotka syntyivät pakolla, vaikka hän tuskin jaksoi niitä kirjoittaa.⁴¹⁵ Kaikkein raskain vaihe oli hänen nelivuotiaan tyttärensä äkillinen sairastuminen ja kuolema 1948. Tämä valtava tragedia ei silti näkynyt vuosittaisessa julkaisuvauhdissa, vaan Polva on kertonut käyttäneensä kirjoittamista suojakilpenä surutyössään ja niin vuotuinen kepeä rakkausromaani tuli julkaistua myös kaikkein vaikeimpana aikana. Päiväkirjassaan huhtikuussa 1948, jolloin lapsen kuolema oli vielä hyvin lähellä ja siitä seurannut masennus alkamassa, hän kirjoitti päiväkirjaansa parhaillaan tekeillä olevasta *Oletko sinäkin lemmensairas* -romaanista ja poikakirjasta *Kaatunut penkki* sekä seuraavalle vuodelle suunnitteilla olevasta *Vihaan hameväkeä* -teoksesta.⁴¹⁶ Saman vuoden loppuvuodesta hän kirjoitti, ettei uuden kirjan, viitaten teokseen *Vihaan hameväkeä*, kirjoittaminen lähde alkuun ”*en saa siihen henkeä*”.⁴¹⁷ Seuraavan vuoden pääsiäisenä hän kuitenkin oli jo päässyt eteenpäin kirjoittamisessaan ja pohti päiväkirjassaan sitä, miksi kirjoittaminen sujuu häneltä parhaiten matalapaineessa: ”*Vain silloin, kun mieliala on nollassa kulkee kynä kädessä – silloin voi kirjoittaa huumoriakin.*”⁴¹⁸

⁴¹⁴ Kts. Anni Polvan käsikirjoitusvihot SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Käsikirjoitukset; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁴¹⁵ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁴¹⁶ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä 17.4.1948. Kotelon 29.

⁴¹⁷ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä 21.11.1948. Kotelon 29.

⁴¹⁸ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä, kiirastorstai 1949. Kotelon 29.

Toinen pakkokirjojen aika Polvan uralla oli 1960-luvun puolivälissä. Tällöin hän kirjoitti puolipakolla ainakin kirjat *Rakkaus ajaa ojaan*, *En rakastu kiusallakaan* ja *Tiinan uusi ystävä* sekä *Tiina saa ehdot*. Kun Polva kertoi kirjoittavansa *Tiina*-kirjan konseptin tavallisesti noin kahdessa viikossa, pakkokirjana Tiinan ensimmäinen käsikirjoitus kesti noin 2 kuukautta.⁴¹⁹ Kirjoittamisprosessi hidastui Polvan standardeilla merkittävästi, mutta oli luultavasti silti nopeampi kuin keskimäärin kirjailijoilla. Suru ja masennus eivät siten estäneet häntä tuottamasta myyvää humoristista romantiikkaa, sillä kirjoittamisesta alkoi muotoutua hänelle leipätyö muun työn ohessa 1940-luvun lopulta alkaen.

Kustantaja piti pyynnöillään kiinni Polvan jokavuotisesta romanttisesta kirjasta ja vuoden 1956 jälkeen myös jokavuotisesta *Tiina*-kirjasta. Esimerkiksi vuonna 1952 Polva vastasi kustantajan pyyntöön, että teos kyllä syntyy. Näin siitäkin huolimatta, että hänellä oli tuona talvena paljon muuta huolehdittavaa. Lapset olivat sairastuneet alkuvuonna tuhkarokkoon ja hän itse oli raskaana.⁴²⁰ Kirjailijan työ oli siten Polvalle palkkatyöhön tai yrittäjyyteen verrattavaa työtä, ei vain inspiraation tuottama harrastus. Tuonakin vuonna 1952 sairauksista ja vauvasta huolimatta hän lähetti uskollisesti uuden käsikirjoituksen kustantajalle.⁴²¹

Polva raportoi kustantajalleen työstään ja esimerkiksi edellä kuvatun olympiavuoden hankalamman jakson jälkeen hän kertoi aloittaneensa uuden ”entisenlaisen” kirjoittamisen, eli tekevänsä samaa, jota häneltä odotettiin ja pyydettiin. Kotityöt kuormittivat, mutta niistä hän sai myös inspiraatiota tekstiin ja kirjojen tapahtumiin. Työtä riitti kirjailijan oman kuvauksen mukaan pyykkärinä, piikana, siivojana, lastenhoitajana ja ompelijana samaan aikaan, eikä huoneen ja keittiön asuntoon olisi mahtunut apulaista, jos sellaiseen olisi ollut varaakaan.⁴²² Vuoden 1953 romaanissa

⁴¹⁹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁴²⁰ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 27, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 16.1.1952.

⁴²¹ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 27, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 28.7.1952.

⁴²² KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 29, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 13.1.1953.

Minäkö muka mustasukkainen? päähenkilö Lulua kuormittivatkin erityisen paljon kotityöt.⁴²³

Kotitöiden kuormittavuus ja toisaalta niiden priorisointi kirjoittamisen edelle näkyy Polvan päiväkirjasta myöhemminkin 1950-luvulla. Vuonna 1957 hän kokosi turhautuneena päiväkirjaansa listan asioista, joiden tähden hän ei voi tehdä itse haluamiaan asioita kuten matematiikan tai kielitunneilla käyntiä, lausuntakerhoon osallistumista tai varsinkaan haaveilemansa oikean kirjan kirjoittamista. Kymmenkohtaisen listan kahdeksan ensimmäistä kohtaa käsittelevät kotitöitä ja lasten asioita, muun muassa sitä, että hän hoitaa kaiken pyykin, ompelun, tiskauksen ja neulomisen sekä lasten läksyjen kuulustelut ja leikkikouluun kuljettamisen. Yhdeksäntenä listalla on lueteltu esteeksi vuosittaisten 1–2 kirjan kirjoittaminen, viitaten näillä epäilemättä tuolloin jo vakiintuneeseen vuosittaiseen romanttiseen kirjaan sekä edellisenä vuonna alkaneeseen Tiina-sarjaan. Kymmenentenä esteenä on Gallup-haastatteluiden tekeminen edellisten 10 vuoden aikana.⁴²⁴ Polva niputti siis Gallup-haastattelijana tekemänsä työn ja ajanvietteen sekä Tiina-kirjojen kirjoittamisen samaan leipätyön lokeroon, kun taas haaveilemansa kirjallisuuden kirjoittaminen siinsi saavuttamattomana koti- ja työarjen takana.

3.4 Kirjoittaminen työnä ja suhde kustantajaan

Anni Polva oli tuottelias kirjoittaja. Jo ensimmäisistä kirjoista alkaen hänelle oli syntynyt maine ja kustantajan tunnistama lukijakunta, joka odotti uutta kirjaa jouluksi. Arvi A. Karisto Oy:lle Polvan romaanit merkitsivät vakaata ja lähes varmaa tuottoa. Vuoden 1945 jälkeen kustantajalta lähetettiin Polvalle joka vuosi kohtelias kirje, jossa pyydettiin jälleen uutta käsikirjoitusta tarpeeksi aikaisin, jotta se ehtisi painokoneisiin ennen loppusyksyn myyntisesonkia. Polvalta pyydettiin yleensä myös vetävää nimeä uudelle

⁴²³ Polva (1953) 1967.

⁴²⁴ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväämätön päiväkirjamerkintä 1957. Kotelo 29.

kirjalleen. Periaatteessa Polva oli jo kustannussopimuksissakin sitoutunut tarjoamaan aina seuraavan teoksensa Karistolle.⁴²⁵

Polva kertoi kirjailijahaastattelussa kirjoittamisen motiiviksi rahapulan, erityisesti ensimmäisen romaanin kohdalla. Päiväkirjamerkinnöistä 1950-luvulla näkyy selvästi ajanvietteen kirjoittamisen motiivina elannon tienäminen.⁴²⁶ Myös kirjeissään kustantajalle Polva mainitsi usein rahan tarpeen. Esimeriksi vuoden 1952 syksyllä Polva kertoi pelostaan, että ilman kirjoittamisellaan hankittuja lisäansioita lapset pitäisi lähettää lapsenlikoiksi ja pikkuvirkamiehiksi heti kun kynnelle kykenivät.⁴²⁷ Tämä Polvan huoli lasten koulutuksesta juontui epäilemättä siitä, miten hänen itse piti nuorena hylätä ylioppilastutkinto sekä ammattihaaveensa isän kuoleman seurauksena.

Toisaalta Polva koki kirjojensa palvelevan lukijoitaan ja useista hänen 1970-luvun alun julkisissa esiintymisissä mainitsemistaan kommenteista sekä kirjailijahaastatteluista paljastuu lukijoille annettu sanaton lupaus, josta hän halusi pitää kiinni. Vaikka raha-asiat korostuivat Polvan kirjeenvaihdossa kustantajan kanssa, kyseessä saattoi olla myös hyvän talousnän omaavan Polvan halu esittää kustantajalle rahantarvettaan muutenkin, parempien palkkioiden toivossa.⁴²⁸ Kustannustoimittaja Anneli Seppälän mukaan Polva oli äärimmäisen tarkka rahasta ja palkkioistaan toki myös. 1970-luvulla hän oli jo tyytyväinen tekijänpalkkioihinsa, varsinkin siihen, että prosentti oli hänelle Seppälän mukaan parempi kuin muille kirjailijoille.

Raha-asoiden pohtiminen ulottui lukijoihin ja heidän mahdollisuuksiinsa käyttää rahaa kirjojen ostamiseen.⁴²⁹ Polva osasi sijoittaa omat kirjansa yleisön tarvehierarkiaan ja piti niiden ostamista, varsinkin sotien jälkeen ja 1950-luvulla, merkinä siitä, että viihde ja

⁴²⁵ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Arvi A. Karisto Oy:n / Karisto Oy:n kustannussopimukset ja sopimukset kirjakerhopainoksista vuosilta 1945–1996. Kotelo 1.

⁴²⁶ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Kotelo 29.

⁴²⁷ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 27, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 17.9.1952.

⁴²⁸ Anneli Seppälän haastattelu, Hämeenlinna 15.3.2018.

⁴²⁹ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 25, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 20.1.1951.

nauru olivat jotain, josta ihmiset olivat valmiit maksamaan, vaikka rahaa oli vähän käytössä.⁴³⁰

Syksyllä 1957 Polva pohti kirjeessä kustantajalleen lukijoittensa taloudellista tilannetta. *"Ihmisillä on vähän rahaa, vähän työtä ja tulevaisuuden pelko. Ensin hankitaan leipää, maksetaan vuokra, ostetaan vaatetta. Sitten tulee opintokirjojen vuoro ja vasta sitten, jos jotain jää jäljelle, hankitaan ajanvietettä."*⁴³¹ Samaan aikaan henkilökohtaisessa päiväkirjassaan hän pohti mahdollisuutta opiskella lisää matematiikkaa, jotta voisi tarvittaessa antaa tunteja (oletettavasti koululaisille), sillä hän epäili, ettei ajanvietteestä enää pian saisi samaan tapaan tuloja yleisen elintason laskettua, jos kirjojen ostaminen vähenisi.⁴³²

Polva laski tarkasti kirjojensa tuotot ja pyysi täsmällisesti summia ja selvityksiä myynneistä ja painoksista. Hän myös kävi ajoittain kirjeenvaihtoa palkkiostaan kritisoiden sen pienuutta. Yksi tällainen palkkiokeskustelu käytiin 1951. Polva esitti tarkat perustelut, miten kustannukset ja tulot jakautuvat ja miten hänen pitäisi saada enemmän kirjoistaan. Karistolta esitettiin painavat vasta-argumentit. Kustantajan mukaan Polvan sopimus oli tälle varsin edullinen, sillä huolimatta hyvin myyvistä kirjoista kustantajalle jäi aina riski myöhemmistä painoksista. Kustantaja viittasi muun muassa edellisen vuoden teokseen *Kelpaanko sinulle*, jonka kolmatta painosta oli vielä kirjakauppojen ja kustantajan varastoissa lähes puolet jäljellä, vaikka Polva olikin jo saanut palkkion koko painoksesta. Kustantaja kuitenkin oli valmis vaihtamaan Polvan kertakorvauksen prosentiosuuteen, jos tämä halusi, huolimatta siitä, että se kustantajan mukaan olisi ollut Polvalle huonompi sopimus.⁴³³ Polva ei halunnut tämän perustelun jälkeen vaihtaa palkkiomallia. Polvan ja kustantajan käymä keskustelu on kiinnostava sen

⁴³⁰ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 20, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 17.1.1949; KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 37, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 18.11.1957.

⁴³¹ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 37, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 18.11.1957.

⁴³² SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä äitienpäivänä 1957. Kotelo 29.

⁴³³ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 25, Anni Polviander Aukusti Simojelle 8.9.1951.

tähden, että varsinaisessa kustannussopimuksessa teoksesta *Kelpaanko sinulle*, sekä muissa vuosina 1950–1954 solmituissa sopimuksissa oli määritelty kiinteä palkkio ensimmäisestä painoksesta ja 15% palkkio menekin mukaan seuraavista painoksista.⁴³⁴ Viittaus kertakorvauksesta myös lisäpainoksista kertoo siitä, että Polvan kohdalla sovellettiin todennäköisesti vakiosopimuksesta erilaista maksutapaa lisäpainosten kertakorvauksesta, siitäkin huolimatta, että siitä ei ollut erikseen mainintaa sopimuksissa. Vuodesta 1955 eteenpäin palkkiomalli on sopimuslomakkeessa muutettu prosenttiperustaiseksi. Vuosina 1955–1959 palkkiona ensimmäisestä painoksesta oli sopimuksien mukaan 15% ja vuosien 1960 ja 1961 kirjoista 16% sekä kaksi kolmasosaa nidotun kappaleen hinnasta ja 7,5% alennuksella myydyistä kirjoista.⁴³⁵

Polva jatkoi palkkiomallin pohdintaansa. Vuonna 1962 hän kirjoitti tavanneensa Helsingin matkallaan muutaman kollegansa ja nämä olivat ihmetelleet hänen palkkionsa pienuutta. Kollegat olivat nimittäneet häntä päähkähulluksi, kun myi itsensä niin halvalla Karistolle, ottaen huomioon miten hyvin hänen kirjansa myivät. *"On niin kovin vaikeaa elää tässä kovassa bisness-maailmassa, kun ei osaa olla kovanaama, eikä pitää puoliaan"*, Polva voivotteli.⁴³⁶ Hän toivoi, että Arvi A. Karisto Oy:n johto tarjoaisi hänelle oma-aloitteisesti korotusta palkkioon ja viittasi siihen, että tällainen palkkiokorotus liittäisi hänet melkein erottamattomasti firmaan. *"Kun haluaisin, että he eivät yritä hyötyä minusta liikaa, vaan ajattelevat myös sataprosenttisesti myös minua."*⁴³⁷ Polvan toiveet kuultiin, sillä syyskuussa allekirjoitetut sopimukset sekä romanttisesta kirjasta että Tiinasta solmittiin 18 % perusprosentilla, joka pysyi samana ainakin vuoteen 1973.⁴³⁸

⁴³⁴ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Arvi A. Karisto Oy:n kustannussopimukset teoksista *Kelpaanko sinulle*, *Varo rakkautta*, *Otan sinut*, *Äkäpussi*, *Minäkö muka mustasukkainen* ja *Sinä olet minun*. Kotelo 1.

⁴³⁵ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Arvi A. Karisto Oy:n kustannussopimukset teoksista *Rakkaus rasittaa*, *Mieheni on uskonon*, *Etsin miestä itselleni*, *Sinäkö se olitkin?*, *Kumman teistä otan*, *Et edes huomaa minua* ja *Rakkautta ja kaalintaimia*. Kotelo 1.

⁴³⁶ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 47, Anni Polva Arvi A. Karistolle (nimeämätön kirje) 9.7.1962

⁴³⁷ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 47, Anni Polva Arvi A. Karistolle (nimeämätön kirje) 9.7.1962.

⁴³⁸ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Arvi A. Karisto Oy:n kustannussopimukset teoksista *Voi noita miehiä* ja *Tiina epäilee Juhaa*. Kotelo 1.

Vaikka yhteistyö kustantajan kanssa näytti sujuvan jouhevasti ja lähetettyjen kirjeiden sekä kirjelappujen sävy oli yleensä positiivinen, oli yhteistyössä hankalatkin hetkensä. Edellisen palkkiokeskustelun loppukaneetti, Polvan toive siitä, että häntä ajateltaisiin ”sataprosenttisesti”, tiivistä kirjailijan välillä pintaan nousevan huolen omasta roolistaan Kariston kirjailijana. Polvan arkistosta löytyy käsin kirjoitettu kirjelunnot, joka paljastaa, että kokemus kriitikoista, jotka saivat Polvan vuosien ajan puhumaan ”nuijimisesta”, toistui jossain määrin myös kustantajasuhteessa.

Kyseessä oli syksyn 1970 uutuuskirjoja käsittelevä tilaisuus Karistolla, johon Anni Polva olisi ehkä halunnut osallistua, mutta johon häntä ei ollut kutsuttu. Polvan Karistolle lähettämää kirjettä ei ole säilynyt Kariston arkistossa, vain yrityksen vastauskirje. Polvan omassa arkistossa on kuitenkin luonnos kirjeestä, jonka kirjailija lähetti kustantamoon. Luonnoksesta näkyy Polvan suuttumus kustantajaa kohtaan. Kirjallisuuskriitikoiden näkemys Polvasta näytti tämän mielestä toistuvan kustantajan asenteessa. ”*Pakostakin syntyi ajatus, että minua ajatellaan vain rahamyllynä*”, kirjoitti tulistunut kirjailija. Polva epäili, että kustantaja hyväksyi hänen teostensa tuoman taloudellisen hyödyn, mutta muuten halusi pitää hänet poissa näkyvistä ja erillään kustannusosakeyhtiön maineesta. Polva koki tulleen parjatuksi ja haukutuksi paitsi yleensä kirjallisuuskriitikoiden osalta, nyt myös oman monikymmenvuotisen kustantajansa taholta.⁴³⁹ Polvan suuttumus ja katkeruus oli käsin kosketeltavaa. Kirjailijana hän koki olevansa kriitikoiden halveksima, mutta oman kustantajan suhtautuminen hänen miljoonan kirjan juhlavuoteensa museri.

Onni-Sakari Kariston nimissä lähetetyssä kirjeessä lepyteltiin suuttunutta kirjailijaa. Kustantaja kirjoitti, ettei Karistolla ollut edes ajateltu Polvan haluavan tulla uutuuskirjatapahtumaan. ”*Sinut on pidetty siis liian kiinteästi jokaiseen vuoteen kuuluvana.*” Samoin kustantaja epäili, että Polva ei lehdistöä kaihtavana olisi tullutkaan paikalle, vaikka hänet olisi pyydettykin. Kustantaja kuvaili Polvalle, miten miljoonakirjaa aiottiin juhla, ensin tuotantolaitoksella painokoneen äärellä ja sen jälkeen Aulangolla henkilöstön 70-vuotisjuhliissa. Polva oli kutsuttu molempiin. Polva myönsi, ettei halunnut mielellään olla tekemisissä lehdistön kanssa eikä osallistua kirjakauppakiertueelle. Hän

⁴³⁹ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kansio B. kirjeenvaihto. Kirjelunnot.

vertasi vastustajiaan susilaumaan, joka hyökkäisi hänen kimppuunsa kappaleiksi repien.⁴⁴⁰

Polva kertoi pelkäävänsä myös oman terveytensä puolesta, sillä hänellä oli ollut sydänvaivoja. Toisaalta kirjeen sävy oli dramaattinen, samalla tavalla kuin hänen yksityisessä päiväkirjassaan jo 1950-luvulla oli ollut. Kustantaja varmasti tunsu kirjailijansa ja osasi hyvitellä tätä sopivasti vastauskirjeessään, sillä Polva osallistui sekä miljoonakirjan painatustilaisuuteen että Aulangon juhlaan. Onni-Sakari Kariston pitämä puhe miljoonannen kirjan tultua painosta on säilynyt.⁴⁴¹

Juhlapuheessa Karisto korosti Polvan merkitystä yhtiölle, olihan Polvan kirjojen osuus koko yrityksen kirjatutannosta yksinään 5 %. Osuutta kokonaisymyynnistä Karisto ei kuitenkaan kertonut. Karisto kiitti laajaa, nuorista vanhuksiin käsittävää lukijakuntaa, joka luki ”*puhdashenkistä rakkausajanvietettä tai nuorten reippaita toimia Tiina-sarjan tyttökirjoista*”. Karisto nosti Polvan kirjojen eduista esille lukuhulun herättämisen ja viittasi rohkaisevasti tulevaisuuteen, jolloin kirjalliset piirit tulisivat antamaan Polvalle arvoa kirjailijana.⁴⁴² Juhlapuheessa kustantaja toki silitti menestyskirjailijaansa myötäkarvaan. Lähdemateriaaleista ei paljastu sitä, mitä esimerkiksi Onni-Sakari Karisto oikeasti ajatteli Polvan kirjoista tai siitä, että Polvan suosio väistämättä ainakin jossain määrin vaikutti myös kustantamon yrityskuvaan.

Polvan miljoonan kirjan rajapyykkiä käytettiin laajalti hyödyksi Kariston markkinoinnissa. Siitä kerrottiin muun muassa tiedotteissa ja kirjakauppiaille suunnatussa materiaalissa. *Kariston kuulumisia* -lehden kannessa oli kolmeen otteeseen Polva ja miljoonakirja aiheena. Kauppiastiedotteessa oli juhlakeväänä myös useita laajoja esittelyitä Polvasta ja tämän myyvistä kirjoista. Pienimuotoisemmin vastaavaa markkinointia oli tehty jo 1965 Polvan 20. kirjailijavuoden kunniaksi, jolloin Karistolla

⁴⁴⁰ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kansio B. kirjeenvaihto. Kirjeluonnos.

⁴⁴¹ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 67, Jäljennös, Onni S. Karisto, 28.10.1970.

⁴⁴² KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 67, Jäljennös, Onni S. Karisto, 28.10.1970.

lanseerattiin kirjakaupoille Polvan teosten hankkimisesta kilpailu pääpalkintonaan arvokas kirjasarja.⁴⁴³

Anneli Seppälä muistelee Polvan suhtautumista kustantajaansa ja toimituksen suhdetta kirjailijaan lämpimäksi. Vuorovaikutuksessa ei enää 1970-luvulla ollut skismoja, vaan Polva oli tyytyväinen prosenttiosuuteensa ja muisti tuoda esille, että hänellä oli parempi palkkioprosentti kuin muilla kustantajan kirjailijoilla. Polva oli Karistolle eittämätön tähti, joka tiesi hyvin arvonsa. Seppälä kuvaileekin yleensä samanlaisiin itse ommeltuihin liivimekkoihin pukeutunutta kirjailijaa kotikutoiseksi diivaksi, josta koko kustantamon väki piti.⁴⁴⁴

Miljoonan kirjan juhlimisen lisäksi Polvalle oli haettu Keskuskauppakamarin hopeinen ansiomerkki 25 vuoden työstään vuonna 1970. Samoin hänelle ojennettiin kultainen ansiomerkki 40 vuoden työstä kirjailijan syntymäpäivänä vuonna 1988.⁴⁴⁵ Polva toimi Karistolla lähes työntekijän asemassa virallisestikin, sillä kustantaja vakuutti Anni Polvan työntekijäin eläkelain mukaan 1.1.1969 alkaen. Tuo vakuutus oli kuitenkin vaihdettu 1.1.1970 alkaen samana vuonna voimaan astuneeseen yrittäjien eläkevakuutukseen, jonka perusteella Polva haki ja sai vanhuuseläkettä 1980-luvun alussa.⁴⁴⁶ Anni Polva toimi siten virallisestikin eräänlaisena kirjailijayrittäjänä 1970-luvulla. Taiteilijaeläkettä Polva sai vuodesta 1990, jolloin opetusministeriö myönsi eläkkeen ”*tunnustuksena ansiokkaasta toiminnastanne taiteilijana*”.⁴⁴⁷

⁴⁴³ Kariston kuulumisia 7/1965.

⁴⁴⁴ Anneli Seppälän haastattelu, Hämeenlinna 15.3.2018.

⁴⁴⁵ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kunniakirjat, Keskuskauppakamarin hopeinen ansiomerkki 25 vuotta jatkuneesta työstä Arvi A. Karisto Osakeyhtiössä 20.11.1970 ja Keskuskauppakamarin kultainen ansiomerkki 40 vuotta, 6.1.1988. Kotelo 1.

⁴⁴⁶ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Eläkelautakunnan päätös, 8.11.1982. Kotelo 1. Käytännössä Polvan vanhuuseläkkeeseen vaikutti sekä yrittäjien eläkelain että työntekijäin eläkelain mukaan maksetut vakuutukset, ja Polva joutui hakemaan oikaisua 1980 saamaansa eläkepäätökseen.

⁴⁴⁷ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Opetusministeriön kirje, Päätös ylimääräistä taiteilijaeläkettä koskevasta hakemuksesta. Kotelo 1.

3.5 Polvan kirjailijarooli

Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran kirjailijahaastattelussa 1980-luvulla Polva kertoi kirjoittaneensa aikuisten ajanvietettä niin, että lukijalle tulisi hyvä ja rauhallinen olo ja hän viitsisi lukea kirjan loppuun. Hän tavoitteli tiivistä tyyliä, niin *"että siitä tulee niin tiivistä ettei se kesken rupea ajattelemaan, että täytyyköhän mun tänään tehdä pannukakkua. Vaan että se ei voi lopettaa"*.⁴⁴⁸ Polva osasi epäilemättä asettua olettamansa lukijan asemaan kotitöiden, ahauden ja lasten hoitamisen keskellä. Kirjailijana Polva ankkuroitui vuosi vuodelta vahvemmin yleisön odotuksiin ja suosioonsa sekä eräänlaiseen asiakaslupaukseen, johon hän sitoutui. Ajanvietteen kirjoittaminen toi varmoja tuloja, mutta kaiken takana piili silti halu kirjoittaa vakavampaa ja ”hyvää” kirjallisuutta.

Anni Polva elätti pitkään unelmaa toisenlaisen kirjan kirjoittamisesta. Toisen romaaninsa menestyksen myötä Polva kommentoi kustantajalle omaa tyyliään, hakien näin mielipidettä omista kirjailijankyvystään. *"Olen iloinen yleisön suopeudesta tekeleitteni suhteen, sillä rahaahan ei nykyisin saa milloinkaan liikaa."*⁴⁴⁹ Polva haaveili vaativammasta tyylistä, jonka hän kuitenkin samalla itse tyrmäsi vedoten yleisönsä odotuksiin: *"Lienette kanssani samaa mieltä, että minun on ainakin toistaiseksi paras tyytyä vain tähän kevyeen ajanvietetyyliin, jota yleisöni on oppinut minulta odottamaan, eikä yrittää mitään todellista taidetta."*⁴⁵⁰ Tässä kommentissa huomio kiinnittyy Polvan näkemykseen yleisöstään ja tämän odotuksista. Kirje oli kirjoitettu jouluna 1946. Siitä asti Polvan ja kustantajan kirjeissä näkyi termi ”yleisö”, joka osasi jo odottaa uutta ”Polvaa” jouluksi.

Polvan kirjoista ei kirjoitettu koskaan kovin paljon arvosteluja, varsinkaan ensimmäisistä kirjoista. Toimittaja E. J. Ellilä kirjoitti positiivisen arvion Polvan esikoisromaanista

⁴⁴⁸ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁴⁴⁹ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 14, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 16.12.1946.

⁴⁵⁰ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 14, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 16.12.1946.

Uusimaa-lehdessä tammikuussa 1946, nimittäen kirjaa muun muassa tarinoimisnäytteeksi ja kehuen sen humoristisuutta.⁴⁵¹ Anni Polva oli tästä niin innostunut, että hän ei halunnut lähettää tuttavaltaan saamaansa lehtileikettä Karistolle, vaan lähetti näille käsin kirjoitetun kopion.⁴⁵²

Uudessa Suomessa oli puolestaan kriittinen arvio Polvan romaanista *Vihaan hameväkeä* vuonna 1949. Kustantaja mainitsi arviosta Polvalle samalla kuitenkin toistaen, että suuri yleisö tuntui pitävän silti Polvasta edelleen. Negatiivinen arvio oli kuitenkin herättänyt kustantajan huomion, sillä Polvaa kehoitettiin ottamaan teoksissaan jotenkin huomioon myös ”taiteellinen puoli”, jotta arvostelijat eivät pääsisi moittimaan enää teoksia.⁴⁵³ Vaikka Polva itsekin oli jo tuolloin hapuillen tiedustellut oman kirjallisen tyylinsä muutosta, tämä kustantajalta tullut kehoitus aiheutti hänessä puolustusreaktion. Vastauksessaan Polva viittasi olevansa tyytyväinen siihen, että hänen kirjojaan arvioitiin niin vähän, sillä hänen kirjansa eivät kiinnostaneet ”korkeasti-kirjallissivistyneitä” arvostelijoita, eivätkä hänen lukijansa olisi taidekirjoja lukeneet. ”*Kansa tarvitsee sirkushuveja*”, Polva kirjoitti ja kysyi ironisesti, että halusiko kustantaja hänen sitten kirjoittavan taidekirjan, joka myisi hyvällä tuurilla ehkä 50–100 kappaletta.⁴⁵⁴ Kustantaja hävisi tämän väittelyn, sillä vastauskirjeessä toivottiin Polvan jatkavan kevyemmän tyylin linjalla, joka tuntui olevan tälle ominta.⁴⁵⁵ Polva ei kirjeissään kustantajalle kertonut suunnitelleensa jo edellisen vuoden hyvin raskaana keväänä ”*jonkinlaista itsetilitykseen pohjautuvaa uskonnollista romaania*”, josta hän kirjoitti päiväkirjaansa.⁴⁵⁶

⁴⁵¹ Ellilä, E.J.: Ilosteleva kertomus. *Uusimaa* 10.1.1946.

⁴⁵² KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 14, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 11.1.1946.

⁴⁵³ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 22, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 15.12.1949.

⁴⁵⁴ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 22, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 17.12.1949.

⁴⁵⁵ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 22, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 19.12.1949.

⁴⁵⁶ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä 17.4.1948. Kotelo 29.

Edellisen kaltainen sananvaihto Polvan ja kustantajan välillä toistui myöhemminkin. Polva saattoi kommentoida omaa käsikirjoitustaan esteetikkojen vihaamaksi ajanvietelukemiseksi ja perjantaimaiseksi.⁴⁵⁷ Perjantaimaisuudella Polva viittasi viikkolehti *Perjantaihin*, jossa julkaistiin romanttisia kertomuksia. Vastauksena Polvan käsikirjoitukseen kustantaja ilmoitti 1950, että se otetaan kernaasti julkaistavaksi, mutta ettei se ollut edellisten vertainen. Kustantaja jopa viittasi, että teos on jossain määrin pitkäveiteinen ja tyyli sanaköyhä. Näiden kriittisten kommenttien lisäksi kustantaja epäili, että kirjailija ei täysin elä kuvattaviensa mukana.⁴⁵⁸

Polvalle oli jo 1950-luvun alussa vakiintunut hänen myöhemmin usein toistama argumentti omien kirjojensa puolesta: kirjat tarjosivat hetken levähdyksen arjen kiireistä huumorin ja rakkauden pariin.⁴⁵⁹ Kustantajalle hän perusteli haluaan pysyä kevyessä ja farssimaisessa tyyliässä vedoten siihen, että "*sitä nuo "uskolliset" varmasti odottavat*".⁴⁶⁰ Polvan kommenteissa toistuivat arviot omasta tekstistä, milloin kevyenä sekahedelmäsoppana, milloin lystinkirjoittamisena. Hän ilmoitti ponnekkaisesti aikovansa kirjoittaa samaa tyyliä niin kauan kuin se myytiin loppuun kirjakauppojen hyllyiltä.

Vaikka Polvan kirjojen tuotantoprosessi oli vakiintunut suhteellisen samanlaiseksi ja yleisön odotukset olivat epäilemättä kustantajallekin selviä, käytiin silti edelleen muutaman kerran kohteliaan kiivasta kirjeenvaihtoa Polvan tyylistä. Näin esimerkiksi vuonna 1955 kun kauppaneuvos Arvi A. Karisto kommentoi Polvan teoksen *Rakkaus rasittaa* käsikirjoitusta. Karisto ei normaalisti enää tuolloin kommentoinut käsikirjoituksia, mutta koska kirjallinen johtaja oli kesälomalla, hän luki Polvan romaanin

⁴⁵⁷ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 24, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, päiväämätön kirje 1950.

⁴⁵⁸ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 24, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 15.8.1950.

⁴⁵⁹ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 24, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, päiväämätön kirje 1950.

⁴⁶⁰ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 25, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 20.1.1951.

ja löytämistään tekstin heikkouksista hermostuneena oli päättänyt kirjoittaa Polvalle ohjeita tulevien tekstien varalle.⁴⁶¹

Kirjeenvaihdon sävy oli kohtelias puolin ja toisin, vaikka Karisto kritisoiakin Polvan tyyliä, henkilöahmoja ja kirjoitusvirheitä. Juoni oli hänen mukaansa tekemällä tehty ja käytetty kieli sekä lauserakenteet olivat huolimattomia. Karisto epäili, että Polvalla oli kirjoittaessaan liian kiire, jotta tämä olisi miettinyt tekstiä ja käynyt sitä huolellisesti läpi. Kriittikinsä hän perusteli Polvalle vähitellen kasvaneella huomattavalla lukijakunnalla. Näille pitäisi tarjota parempaa. Erityisesti Karisto kritisoi yhtä henkilöahmoista, vanhempaa miestä, joka ihastuu poikansa morsiameen.⁴⁶²

Polva vastasi Karistolle kertoen unelmastaan tehdä jotain muuta kuin kevyttä viihdettä. Aika ei vain ollut siihen vielä kypsä. Hän kertoi halustaan kirjoittaa kirjan, joka näyttäisi miten raskasta elämä on ja samalla miten ihanaa se on. Polva myös kuvaili haluavansa kirjoittaa jotain, joka auttaisi, rohkaisisi ja lämmittäisi.⁴⁶³ Kritisoidun käsikirjoituksen puutteista hän mainitsi, että kirjoitti teokset kolmeen kertaan, mutta säilytti Kariston kömpelöiksi mainitseman tyylin sellaisenaan, sillä ”*Niissä luulen piilevän juuri tämän tapaisten kirjojeni oman tyylin*”.⁴⁶⁴ Polvan vastauksesta näkee, että hän oli miettinyt tekstin tyyliä myöten sopivaksi ja yleisöään kiinnostavaksi. Myös Polvan myöhemmän kustannustoimittajan näkemyksen mukaan Polva oli jopa niin tarkka tyylistään, että koki puhekielisyyden ja tekstin virheet tärkeiksi erityisesti *Tiina*-kirjoissa.⁴⁶⁵

Polva mielsi ajanvietekirjansa leipätyöksi ja viittasi kirjojen tähän rooliin usein myös päiväkirjamerkinnöissään. Vuonna 1956 hän tuskaili siitä, että ”*On kauheaa kun toimeentulon takia on pakko [alleviivaus Anni Polvan] kirjoittaa ja kuitenkin ei ole*

⁴⁶¹ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 11.8.1955.

⁴⁶² KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Jäljennös, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 11.8.1955.

⁴⁶³ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 11.8.1955.

⁴⁶⁴ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 11.8.1955.

⁴⁶⁵ Anneli Seppälän haastattelu, Hämeenlinna 15.3.2018.

*aikaa, eikä rauhaa kirjoittaa jotain kunnollista (...)*⁴⁶⁶ ja seuraavana vuonna siitä, että on pakko kirjoittaa vuodessa kirja leipätyöksi, muuten perhe ei tule toimeen, mutta ”(...) *se jollaisen haluaisin kirjoittaa, puuttuu vielä. Ehkä se tulee puuttumaan ikuisesti*”.⁴⁶⁷

Aikaa ja tarmoa toisenlaisen kirjan kirjoittamiseen löytyi viimein 1970-luvun alussa. Hänen ensimmäinen ja ainoa julkaistu vakava romaaninsa, *Minulla ei ketään*, julkaistiin 1973. Tuon romaanin hän julkaisi salanimellä Kyllikki Heino, sillä Polva ei halunnut pilata lukijoiden kokemusta: Jos he ostaisivat Anni Polva -kirjan ja pettyisivät, koska tarina olisikin ollut jotain ihan muuta.⁴⁶⁸ Heinon nimellä julkaistua kirjaa ei myyty Polvan mukaan paljon, mutta arvostelut olivat kauttaaltaan myönteisiä. Tätä Polva piti selkeästi voittonaan ja merkinä siitä, että hän olisi toisenlaisessa tilanteessa voinut kirjoittaa parempaa kirjallisuutta. Polva muisteli kirjailijahaastatteluissa myös suunnitelmiaan kirjoittaa Turkuun sijoittuva historiallinen romaani, johon hän oli hakenut apurahaa sitä saamatta. Apuraha olisi ollut edellytys taustatyölle, jota historiallinen romaani olisi edellyttänyt. Polva oli selvästi katkera siitä, ettei apurahaa hänelle annettu ja tuo kirja jäi siten kirjoittamatta.⁴⁶⁹

Vaikka kirjoja ja mainetta vuosien myötä kertyi, huoli toimeentulosta ja kirjojen tuottamisesta kuitenkin jatkui ainakin päiväkirjan sivuilla. Vuonna 1972 hän kirjoitti joutuvansa pinnistelemaan ajatuksiaan ”*noiden kirjojeni takia, niin ettei uskalla päähän ajaa muunlaista täytettä*”⁴⁷⁰ ja että ”*kirjoja on kyhättävä kustantajalle kaksi vuodessa että leipä riittää*”.⁴⁷¹ Toisaalta hän käytti usein sanaa inspiraatio ja viittaa kirjoittaneensa

⁴⁶⁶ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä 6.3.1956. Kotelo 29.

⁴⁶⁷ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1.1.1933–9.1.1958. Päiväkirjamerkintä tammikuu 1957. Kotelo 29.

⁴⁶⁸ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁴⁶⁹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁴⁷⁰ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 7.2.1972–21.5.1993. Päiväkirjamerkintä 7.2.1972. Kotelo 29.

⁴⁷¹ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 7.2.1972–21.5.1993. Päiväkirjamerkintä 17.2.1972. Kotelo 29.

intoutuneena monta päivää peräkkäin. Vuonna 1976 hän kirjoitti päiväkirjaansa olevansa maalla aloittamassa uusia kirjoja, sillä kustantaja ”*panostaa niitä kesäkuun alkuun. Yritän. Kivaa, että kansa jatkuvasti rakastaa niitä*”.⁴⁷² Kirjailijahaastattelussa 1981 hän korosti, että ei halunnut kirjoittaa taidekirjoja, sillä häntä tarvittiin enemmän Polvana. Hänen kirjojensa myyntimäärät viestivät Polvan mukaan siitä, että Suomen naiset todella tarvitsivat harmittomia romaaneja.⁴⁷³

⁴⁷² SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 7.2.1972–21.5.1993. Päiväkirjamerkintä 18.1.1976. Kotelo 29.

⁴⁷³ SKS KIA. Anni Polvan kirjailijahaastattelu 20.11.1981. Haastattelijat Tuula Pikkilä, Mari Maasilta ja Ulla Leppänen. L234.

4 Lukijan ääriiivat, oletettu asiakas

Tässä luvussa hahmotellaan ja analysoidaan Anni Polva -kirjojen lukijan ääriiivoja. Tarkkaa faktaa lukijakunnasta on mahdotonta muodostaa, sillä käytössä olevat lähteet ovat rajattuja eikä ajanviete ja viihde olleet 1940- ja 1950-luvuilla aiheita, joista olisi lukijatutkimuksia tehty. Ensimmäiset viihdettä syvemmin analysoivat lukijatutkimukset tehtiin 1970-luvulla. Tutkimuksen käsittelemänä aikana 1940-luvulta 1970-luvulle tehtiin muutamia laajoja lukijatutkimuksia ja useita pienempiä selvityksiä ja kyselyitä. Näistä tutkimuksista ja kyselyistä voi rakentaa yleisen kuvan siitä, ketkä ylipäättään lukivat kirjoja Suomessa.

Käytössä olevissa 1950- ja 1960-luvuilla tehdyissä lukemis- ja harrastustutkimuksissa analysoitiin lukemista lähinnä vastaajien ilmoittamien luettujen kirjojen ja lehtien määriä tarkastelemalla. Selityksiä tutkimusten tuloksille ei juuri pohdittu. Antti Eskolan mukaan lukemistutkimuksissa ei ollut 1970-luvulle tultaessa juuri edistytty sitten 1950-luvun, jolloin löydetty harrastusten kasaantuminen jäi lopulta itsestään selvänä tulkituksi ilmiöksi.⁴⁷⁴ Elämäntavan käsite otettiin sosiologisessa tutkimuksessa käyttöön 1970-luvun lopulla. Vaikka elämäntapa toisi kiinnostavan näkökulman tutkimukseen, en käytä sitä Polvan lukijoitten analysoinnissa. Tämä siitä syystä, ettei Polvan lukijoista voi luoda kattavaa tyypillisiin muuttujiin perustuvaa kuvaa, saati pohtia lähteiden perusteella lukijoiden elämäntapaa. Kiinnostavampi näkökulma brändin kannalta on se, millaisen kuvan Polvan lukijoista muodostivat Polva itse ja hänen kriitikkonsa, ja miten tuo kuva mahdollisesti vastasi todellista lukijakuntaa.

Anni Polvan lukijakuntaa koskevan hypoteesin kulmakivenä on oletus siitä, että suurin osa kulttuurialan toimijoista oletti lukijoiden olevan vähän koulutettuja naisia alemmista sosiaaliluokista. Myös Anni Polva tulkitsi omat aikuislukijansa vastaavasti. Polvan romaaneille rakentui vuosien ajan vahva stigma, jonka tulkittiin olevan osoitus lukijoiden kulttuurisesta tasosta. Kaupallisuus ja teosten hyvä myynti eivät vähentäneet näitä oletuksia.

⁴⁷⁴ Ruohonen 1988, 59.

4.1 Lukemisharrastus Suomessa 1950-luvulta 1970-luvulle

Lukeminen Suomessa -tutkimushankkeen puitteissa toteutettiin 1970-luvulla laaja haastattelututkimus suomalaisten lukuharrastuksesta. Aineisto kerättiin vuonna 1973 ja analyysi materiaalista julkaistiin 1979. Tutkimuksen mukaan viisi useimmin mainittua kirjailijaa tai kirjaa olivat tässä järjestyksessä: Kalle Päätalo, Alistair MacLean, Raamattu, Mauri Sariola ja Anni Polva. Aivan kärkeviisikon tuntumassa olivat Kaari Utrio, Agatha Christie ja Frederick Forsyth.⁴⁷⁵

Viihde- ja ajanvietekirjallisuudeksi luokitellut kirjat loistivat luetuimpien listoilla muutenkin. Suomalaisten suosikkikirjallisuutta tutkineen professori Juhani Niemen mukaan näihin listoihin kannattaa kuitenkin suhtautua kriittisesti. Vastajaat yleensä kertoivat juuri lukemastaan kirjasta, eivätkä kirjallisuuden klassikot siksi näkyneet suosikkilistoilla. Niemen oman selvityksen mukaan vuoteen 1996 mennessä *steadyseller*-määritelmän saattoi antaa noin 33 kirjalle, joista vain muutama oli ajanvietekirja.⁴⁷⁶ Steadyseller on Niemen määrittelemänä teos, josta on otettu uusintapainoksia 20 vuotta julkaisusta, ja jota on painettu vähintään 100 000 kappaletta. Niemen ajanvietteeksi luokittelemia teoksia tuolla 33 kirjan listalla ovat Mauri Sariolan *Lavean tien laki* (1961) ja Aino Räsäsen *Soita minulle, Helena!* (1945) sekä hyvin lähellä 100 000 rajaa Hilja Valtosen *Nuoren opettajattaren varaventiili* (1926). Niemen loppupäätelmä oli, että suomalaisten todelliset suosikkikirjat ovat klassikoita, eivät viihdekirjoja.⁴⁷⁷

Kun Niemen kokoamaa kappalemääriin perustuvaa suosikkikirjallisuuden listaa vertaa Kariston kirjallisen johtajan Martti Qvistin 1958 kokoamaan menekkiteosten listaan saa hyvän näkymän suomalaisen kirjallisuuden kaanoniin 1900-luvulla. Teoksia, joita oli vuoteen 1958 mennessä painettu yli 80 000 ja joista otettiin seuraavina vuosikymmeninä yhä lisää painoksia, olivat muun muassa Ahon *Juha* ja *Rautatie*, Kiven *Seitsemän veljestä* ja *Nummisuutarit*, *Kalevala*, Linnan *Tuntematon sotilas*, Sillanpään *Nuorena nukkunut*, Waltarin *Sinuhe egyptiläinen*, Linnankosken *Laulu tulipunaisesta kukasta* ja Kiannon *Ryysyrannan Jooseppi*. 1960-luvulla julkaistuista kirjoista Linnan *Täällä Pohjantähden*

⁴⁷⁵ Eskola 1979, 176. Vastauksia oli yhteensä 1178 kappaletta.

⁴⁷⁶ Niemi 1997, 205–207.

⁴⁷⁷ Niemi 1997, 39.

alla nousi tähän eniten painettujen ryhmään.⁴⁷⁸ Täällä *Pohjantäden alla* oli myös luettu: Suomen Gallupin tutkimuksen mukaan 1969 noin puolet suomalaisista oli lukenut trilogian jonkun osan ja 38 % oli nähnyt ensimmäisistä osista tehdyn elokuvan.⁴⁷⁹

Vuoteen 1958 mennessä vain kolme suomalaista kaunokirjallista teosta ylitti 300 000 kappaleen myynnin: *Seitsemän veljestä*, *Rautatie* ja *Tuntematon sotilas*.⁴⁸⁰ Sen sijaan 80 000 kappaleen rajan ylittäneiden teosten listalla oli mukana useampiakin romantiikan lajityyppiin liitetty teos: Hilja Valtosen *Nuoren opettajattaren varaventiili* sekä Aino Räsänen kaksi *Helena*-sarjan kirjaa.⁴⁸¹

Yksikään Anni Polvan vuoteen 1958 mennessä julkaistu teos ei ylittänyt 30 000 kappaleen kokonaismäärää eikä noussut Qvistin kokoamalle listalle. Eivät hänen teoksensa päässeet sen paremmin Niemen 1996 kokoamalle steadyseller-listallekaan. Määrittelemällä suosikkikirjailija yksittäisten teosten kappalemääräisen menestyksen mukaan, eivät Polvan teokset täyttäneet steadysellerin määritelmää. Samana vuonna Anni Polvan kanssa Karistolla debytoinut Aino Räsänen oli ehdottomasti steadyseller-kirjailija. Hänen esikoisteostaan *Soita minulle, Helena!* myytiin 17 painosta eli noin 86 000 kappaletta vuoteen 1952 mennessä.⁴⁸²

Polvan menestyksen ”salaisuus” piili hyvin myyneiden yksittäisten nimikkeiden sijaan tuotannon laajuudessa. Polvan yksittäisiä teoksia voi myyntimäärien mukaan luonnehtia suosikkikirjoiksi, jotka kokonaisuutena muodostivat 1960-luvulla useita satoja tuhansia, vuoteen 1970 mennessä miljoonan, 1980-luvun alkuun mennessä kaksi miljoonaa ja 2000-luvun taitteeseen mennessä lähes kolme miljoonaa kappaletta myyneen valtavan steadysellerin. Koska useista teoksista oli jatkuvasti liikenteessä painoksia, kumuloituivat myyntimäärät varsinkin 1960-luvun lopulla (katso kuvio 3).

⁴⁷⁸ Menekkilistojen vertailu paljastaa muutaman teoksen, joiden suosio näyttää kasvaneen erityisesti vuosisadan viimeisinä vuosikymmeninä, vaikka kirjat olikin jo julkaistu ennen 1950-lukua. Nämä teokset olivat Kiannon *Punainen viiva*, Palolammen *Kollaa kestää* (1940), Kiven *Yö ja päivä* sekä Lehtosen *Äidin rukous*.

⁴⁷⁹ Lotti 2006, 55.

⁴⁸⁰ Ellilä, E.J.: Sadantuhannen painoksia. *Radiokuuntelija* 16/1958.

⁴⁸¹ Qvist, Martti: Kaunokirjallisuutemme menekkiteokset. *Suomen kirjakauppa-lehti* 9/58.

⁴⁸² Niemi 2000, 96.

Myyntiluvut ovat toki vain yksi tapa selvittää sitä, mitä luettiin ja mikä oli suosittua kirjallisuutta. Jos kirja myydään ja ostetaan, se ei tarkoita, että se myös luetaan. Kirja saatettiin antaa lahjaksi eikä lahjansaaja sitten sitä lukenutkaan, tai kirja saatettiin ostaa koristeeksi olohuoneen kirjahyllyyn. Edellä luetellut kaikkein suosituimmat kaanonin kuuluvat teokset olivat luonteeltaan kirjoja, joita kodin kirjahyllyssä sopi pitää esillä. Ajanvietekirjallisuus ei kuitenkaan ollut lajityyppi, jota olisi ainakaan yleisesti hankittu kirjahyllyyn koristustarkoituksessa. Eikä varsinkaan Anni Polvan romaaneja.

Lukemiseen ja lukemisharrastukseen alettiin kiinnittää Suomessa enemmän huomiota 1950-luvulla, jolloin aiheesta tehtiin ensimmäisiä empiirisiä tutkimuksia. Yhteiskunnallisen Korkeakoulun tutkimusosastolla toteutettiin Martti Qvistin johdolla laaja tutkimus helsinkiläisten lukemisharrastuksesta. Tutkimus perustui 1954 tehtyihin haastatteluihin ja se julkaistiin 1960. Tutkimuksessa ei otettu kantaa kaunokirjallisuuden alalajeihin, joten viihdekirjallisuutta ei tämän tutkimuksen valossa voi erikseen analysoida.⁴⁸³

Qvistin tutkimuksen lisäksi Yhteiskunnallisessa Korkeakoulussa selvitettiin 1950-luvulla muun muassa nuorten harrastamista, myös lukemisharrastusta. 1960-luvulla puolestaan tehtiin muutamia sosiologisia lukijatutkimuksia. Antti Eskolan tutkimus *Jäykkyys ja taidekäsitteet* (1963) oli uudenlainen asennetutkimus suhtautumisesta moderniin lyriikkaan. Katarina Eskola puolestaan julkaisi 1972 lisensiaattityönsä kirjallisuuden eri lajien vastaanotosta. Eskolan tutkimusaineistona oli neljän erityyppisen kirjan (runoteos, mielipidekirja, romaani ja viihdekirja) lukijoiden täyttämät tutkimuslomakkeet. Eskolan käyttämä viihdekirja oli Kaari Utrion historiallinen romaani *Sunneva Jaarlintytär* (1969).⁴⁸⁴

1950-luvulla tehtiin myös joitakin koko maan kattavia pienempiä Gallup-kyselyitä, joista *Helsingin Sanomat* uutisoi 1953 ja 1954.⁴⁸⁵ Työväen Sivistysliiton toimintaa käsittelevässä teoksessa julkaistiin 1954 kyselytutkimus työväestön

⁴⁸³ Qvist 1960, 21–36.

⁴⁸⁴ Eskola 1972, 21–28.

⁴⁸⁵ Kotimainen Gallup: Yksi kolmesta ei lukenut yhtään kirjaa viime vuonna. *Helsingin Sanomat* 6.3.1953. Kotimainen Gallup: Joka kolmas luki kirjaa. *Helsingin Sanomat* 3.1.1954.

sivistysharrastuksista. Kysely oli tehty Tampereella, Hausjärvellä ja Imatralla ja siinä oli lähes 500 vastaajaa.⁴⁸⁶

Helsingiläisten lukutottumusta selvittävän tutkimuksen keskeinen tulos oli, että lukemisharrastus jakautui hyvin epätasaisesti: Pieni aktiivisten lukijoiden joukko luki käytännössä noin 80 % kaikista vuoden aikana luetuista kirjoista. Qvist viittasi amerikkalaiseen laajaan tutkimukseen, joka osoitti samanlaisen ilmiön Yhdysvalloissa.⁴⁸⁷ *Helsingin Sanomien* julkaisemat Gallup-kyselyjen tulokset viittasivat samaan. Koko maan väestöä edustavalta joukolta kysyttiin, olivatko nämä lukeneet yhtään kirjaa kuluneena vuonna. Kolmannes vastaajista ei ollut lukenut kirjoja, ellei Raamattua tai virsikirjaa laskettu. Luettujen kirjojen määrä vaihteli hurjasti ja enemmän kuin viisi kirjaa vuodessa lukeneita oli vain pieni joukko.⁴⁸⁸

Suomalaisten kirjallisuuden lukeminen 1950-luvulla oli näiden selvitysten mukaan kasautunut harvojen harrastukseksi ja sama ilmiö näkyi edelleen 1970-luvun taitteessa. Musiikkisosiologiaa tutkinut Seppo Toiviainen kuvasi *Pohjoisen*-lehden artikkelissa 1968 suomalaista kulttuuriharrastusta siten, että *paljon ketkään eivät harrasta paljon mitään kulttuuria*. Toiviaisen mukaan viidennes suomalaisista ei ollut lukenut vuoden aikana yhtään kaunokirjallista teosta, kaksi kolmannesta ei ollut käynyt taidenäyttelyssä, eikä puolet elokuvissa tai teatterissa.⁴⁸⁹ Toiviainen esitteli tekemäänsä faktorianalyysiä eri kulttuurilajien harrastamisesta. Hän oli löytänyt selvän trendin, jonka mukaan yhtä taidelajia harrastanut oli taipuvainen harrastamaan muutakin taidetta. Kuvataide, musiikki ja teatteri muodostivat oman ryhmänsä, kun toisessa faktorissa korostuivat elokuvat ja kirjallisuus. Toiviaisen mielestä tämä todisti, ettei puhe eliitti- ja populaarikulttuurista ollut vain semantiikkaa, vaan se perustui sosiaalisiin tosiasioihin. Toiviainen tiivisti kulttuuriharrastamisen siten, että tyypillinen suomalainen

⁴⁸⁶ Harva 1954, 270–285.

⁴⁸⁷ Qvist 1960, 46–47.

⁴⁸⁸ Kotimainen Gallup. Yksi kolmesta ei lukenut yhtään kirjaa viime vuonna. *Helsingin Sanomat* 6.3.1953.

⁴⁸⁹ Toiviainen, Seppo: Kansalaiset ja kulttuuri - kokemusperäinen kokonaiskuva taiteen imeytymisestä Suomen kansaan. *Pohjoinen*, 1968 178–187.

kulttuurinharrastaja on enemmän tyypillinen kulttuurinharrastaja kuin tyypillinen suomalainen.⁴⁹⁰

4.2 Polva-kirjojen lukijoiden ikä ja sukupuoli

Romanttinen kirjallisuus tulkittiin naisten kirjallisuudeksi jo ensimmäisten romanttisten kirjojen ilmestyttyä Suomessa 1900-luvun ensi vuosikymmeninä. Polva itsekin oletti suurimman osan lukijoistaan olevan naisia ja tyttöjä. Tutkimuksessa käytetyssä lähdemateriaalissa on ainoastaan muutama maininta mieslukijoista. Haastatteluissa Polva mainitsee mieslukijat viitattaessaan vanhojen ihmisten lukevan hänen kirjojaan sanoilla ”*joukossa miehiäkin*” ja kerrottuaan, ettei hänen omasta perheestään juuri kukaan lukenut näitä romaaneja, paitsi tyttären mies, joka luki kaikki.⁴⁹¹

Uransa ainoan tuomitsevan lukijakirjeen Polva kertoi saaneensa mieheltä, joka ei ollut edes lukenut hänen kirjojaan. Kyseessä oli kansanopiston rehtori, joka oli teettänyt opiskelijoilla ainekirjoituksen aiheesta paras lukemani kirja. Suurin osa oppilaista oli valinnut kirjaksi viimeksi ilmestyneen Polvan romaanin *Rakkaus ajaa ojaan* (1965). Kirjavalinnasta suivaantunut rehtori kirjoitti moittivasti oppilaittensa suosikkikirjailijalle tämän johdattavan Suomen naiset turmioon.⁴⁹²

Katariina Eskolan tutkimuksessa kirjallisuuden lajityypeistä viihdekirjan lukijoiden sukupuoli paljastui naisvoittoiseksi. Eskolan tutkimus oli osa pohjoismaista hanketta, jossa Ruotsin ja Islannin vastaavien tutkimusten tulokset vahvistivat romanttisen viihdekirjallisuuden yleisön naisvaltaisuuden.⁴⁹³

⁴⁹⁰ Toiviainen, Seppo: Kansalaiset ja kulttuuri - kokemusperäinen kokonaiskuva taiteen imeytymisestä Suomen kansaan. *Pohjoinen*, 1968 178-187.

⁴⁹¹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁴⁹² Ilmari, Leena: Painosten kuningatar Anni Polva. *Yhteishyvä* 6/1975.

⁴⁹³ Eskola 1972, 98.

Naisten suurempi osuus aktiivisissa kirjallisuudenlukijoissa oli huomattu myös englantilaisissa 1900-luvulla tehdyissä lukemistutkimuksissa.⁴⁹⁴ Lukemistutkimukset osoittivat, että naiset ylipäänsä lukivat enemmän kirjallisuutta kuin miehet. Qvistin 1954 koottuun materiaaliin perustuvassa tutkimuksessa paljastui ero myös lukutavoissa. Naisia oli suhteellisesti enemmän sekä kaikkein aktiivisinten että passiivisten ryhmässä. Miehet lukivat kirjoja säännöllisemmin, mutta usein vain osia kirjoista. Naiset taas lukivat kirjan joko kokonaan tai eivät aloittaneetkaan. Lukutapojen ero liittyi kirjallisuuden lajeihin: miehet lukivat enemmän tietokirjallisuutta kuin naiset, jotka taas lukivat miehiä enemmän kaunokirjallisuutta. Tietokirjoja oli helpompi selailla ja lukea osissa kuin romaaneja.⁴⁹⁵

Myös Yleisradion 1969 teettämän tutkimuksen mukaan naiset lukivat enemmän kuin miehet, tai ainakin ilmoittivat kirjojen lukemisen useammin harrastukseksi. Kun miehistä 29 % nostivat lukemisen viiden itselleen tärkeän harrastuksen joukkoon, naisista näin teki 43 %.⁴⁹⁶ Kyseisen selvityksen perusteella miesten tärkein harrastus oli urheilu ja sen jälkeen (noin kolmannes miesvastaajista) kalastus, televisio ja lukeminen. Naisten tärkeimpinä pitämä harrastus puolestaan oli käsityöt (60 % vastaajista), sitten lukeminen, kodinhoito ja ulkoilu. Vaikka koulutuksella olikin tilastollisesti merkittävä vaikutus lukemiseen, osoittautui Yleisradion tutkimuksessa pelkän kansakoulun käyneiden naisten valinnaan useammin lukemisen harrastukseksi kuin kansa- tai keskikoulun käyneet miehet.⁴⁹⁷

Lasten- ja nuorten lukuharrastusta tutkineet Arvo Lehtovaara ja Pirkko Saarinen selvittivät 1960-luvun alussa kerättyyn aineistoon perustuvassa tutkimuksessaan muun muassa sitä, minkä ikäisinä lastenkirjoista siirryttiin aikuisille suunnattuihin kirjoihin. Heidän mukaansa noin 13–14-vuotiaat alkoivat olla enemmän kiinnostuneita aikuisten kirjoista, tosin tämä kehitys ei ollut yksiselitteistä. Tutkijoiden mukaan osa nuorista saattoi sanoa lukevansa aikuisten romaaneja, vaikka eivät ehkä näin tehneetkään. Syyksi epäiltiin varsinkin 14–15-vuotiaiden halua vaikuttaa aikuisemmilta.⁴⁹⁸

⁴⁹⁴ Bloom 2002, 30–31.

⁴⁹⁵ Qvist 1960, 69–71.

⁴⁹⁶ Nurminen 1969, 5–6.

⁴⁹⁷ Nurminen 1969, 5.

⁴⁹⁸ Lehtovaara & Saarinen 1965, 65.

Lajityypeissäkin oli eroja. Rakkausromaanit alkoivat kiinnostaa jo 10-vuotiaita tyttöjä ja niiden suosio kasvoi sekä oppikoulu- että kansakoulutyttöjen keskuudessa tasaisesti 14-vuotiaisiin asti, jonka jälkeen niiden suosio ei enää näyttänyt kasvaneen merkittävästi. Poikien asenne rakkausromaneihin muuttui negatiivisesta neutraalimmaksi, mutta eri menetelmillä tehdyn tutkimuksen kaikki osa-alueet (muun muassa tekstinäytteet, nimikeluettelot, kyselyt) osoittivat, että rakkausromaanit eivät olleet poikien suosiossa missään ikäryhmässä. Poikien osalta tutkituista kirjallisuudenlajeista sotakirjojen suosio muistutti tyttöjen rakkausromaanien lukemista. Sotakirjoja lukivat jo 10-vuotiaat ja suosio kasvoi tasaisesti iän myötä.⁴⁹⁹

Aktiivinen lukemisikä jatkui sekä Qvistin laajan selvityksen että pienempien koko maan kattavien Gallup-kyselyiden mukaan noin 40-vuotiaaksi asti. Vanhemmilla ryhmillä todettiin lukemisharrastuksen olevan selvästi vähäisempää kuin nuoremmilla. Qvistin tulkinnan mukaan tähän ilmiöön oli syynä varsinkin yli 40-vuotiaan väestön matalampi koulutustaso.⁵⁰⁰ Ensimmäisen Anni Polva -kirjan julkaisun aikaan syntyneen lapsen tilastollinen elinajanodote oli miehillä alle 60 vuotta ja naisilla hiukan yli 60 vuotta. 1970-luvun taitteessa nuo luvut olivat nousseet noin kymmenellä vuodella.⁵⁰¹ Eliniän sekä koulutustason kasvaessa voi olettaa, että myös aktiivinen lukemisikä jatkui 1970-luvulla myöhempään kuin Qvistin 1950-luvun materiaaliin perustuvassa tutkimuksessa arvioitu 40 vuotta.

Yleisradion 1960-luvun lopulla teettämän harrastustutkimuksen mukaan iällä ei näyttänyt olevan suurta merkitystä miesten lukemisessa, mutta naisten lukemisessa näkyi selvä lasku mitä vanhempaan ikäryhmään mentiin.⁵⁰² Tämän kyseisen tutkimuksen perusteella nuoremmat naiset lukivat eniten ja mitä iäkkäämmästä ryhmästä oli kyse, sitä harvemmin

⁴⁹⁹ Sotakirjojen suosion analyysi sai tutkijat epäilemään, että tytöt omaksuivat aika varhain naisellisen roolin, johon kuului suhtautuminen ylipäättään kielteisesti sotasanaan. Kun sana sota ei esiintynyt kirjalueteloissa tai tekstinäytteissä, oli suhtautuminen selvästi neutraalimpaa. Lehtovaara & Saarinen 1965, 69–70.

⁵⁰⁰ Qvist 1960, 64–68.

⁵⁰¹ Suomen virallinen tilasto (SVT): Kuolleet [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-2529. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 16.12.2017]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/kuol/tau.html>

⁵⁰² Nurminen 1969, 5.

lukeminen oli harrastuksena. Kirjallisuudentutkija Katarina Eskola esitti 1972 kirjallisuuden vastaanottoa selvittäneessä tutkimuksessaan, että lukijoiden iästä oli mahdollista tehdä vain karkeita päätelmiä. Eskolan tutkimuksen mukaan kirjallisuuden lukijoiden keski-ikä vaihteli 30 vuodesta 36 vuoteen. Mielipidekirja oli suosituimpi nuorempien keskuudessa ja viihdekirja taas ikähaitarin vanhemmassa päässä.⁵⁰³ Eskolan tutkimusaineistosta näkyi muistakin tutkimuksista paljastunut trendi iän myötä vähenevästä lukuharrastuksesta. Ikäihmisten lukutottumuksiin kuului erityisesti uskonnollinen kirjallisuus. Eskola kuitenkin ennusti, että tulevaisuudessa eläkeläisten osuus kirjanlukijoista tulisi kasvamaan.⁵⁰⁴

Me Naiset -lehdessä oli 1967 muutaman kirjastonhoitajan haastattelu Anni Polvan ja Aino Räsänen kirjoista. Molemmat haastatellut kirjastonhoitajat kuvailivat lastenkirjallisuudesta uloskasvaneet nuoret Anni Polvan romantiikan lukijoiksi. Samaan lehtiartikkeliin haastateltu Polva puolestaan mainitsi, että eniten hänen kirjojaan lukivat *ihan vanhat ihmiset* ja toiseksi eniten alle murrosikäiset nuoret.⁵⁰⁵ Polvan oman käsityksen mukaan nuoret lukivat hänen kirjojaan, koska heistä oli jännittävää seurata aikuisten seurustelua ja vanhat taas muistelivat kirjoja lukiessaan omaa nuoruuttaan.

Anni Polvan suosituimmat kirjat jakautuivat kahteen ryhmään. Nuorimmat lukijat lukivat 1956 alkaen julkaistua *Tiina*-sarjaa ja vanhemmat Polvan viihteellisiä rakkausromaaneja. *Tiina*-kirjojen sankarit oli itsepäiseksi, poikamaiseksi ja äärettömän rehelliseksi kuvattu nuori Tiina-tyttö. *Tiina*-kirjojen lukijoiden ikä vaihteli juuri lukemaan oppineista yli kymmenvuotiaisiin. Polvan oma näkemys oli, että *Tiina*-kirjat oli kohdistettu 8–10-vuotiaille.⁵⁰⁶ Polva arvioi jo vuonna 1950, ennen *Tiina*-kirjojen aikaa, että ”kouluissa toimitetut äänestykset yms. todistavat, että 14–20 ikäiset tytöt pitävä kovasti allekirjoittaneesta”.⁵⁰⁷

⁵⁰³ Eskola 1972, 95–97.

⁵⁰⁴ Eskola 1972, 108–109.

⁵⁰⁵ Finni, Saara: Kirjastokelvottomat Räsänen ja Polva. *Me Naiset* 42/1967

⁵⁰⁶ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁵⁰⁷ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 24, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, päiväämätön kirje 1950.

Anni Polva -kirjojen päähenkilöiden iät vaihtelivat. Polvan esikoisromaanissa ja useissa 1940- ja 1950-lukujen kirjoissa päähenkilönä oli joko alle tai hiukan yli parikymppinen nainen. Muutamassa romaanissa, esimerkiksi 1957 julkaistussa *Etsin miestä itselleni* päähenkilö oli vanhempi, lähes 30-vuotias. 1970-luvun romaaneissa sankaritar-ten ikä alkoi nousta, samoin esikoisromaanista tutun pariskunnan elämää kuvaavissa myöhemmissä kirjoissa, joissa Lulu-sankarittaren iän voi aavistaa tämän teini-ikäisten lasten iästä. Kirjailijahaastatteluissaan Polva kertoi, ettei halunnut enää myöhemmin kirjoittaa nuorista ihmisistä, sillä hän ei olisi enää osannut kertoa nykypäivän nuorista pätevästi.⁵⁰⁸ Hänen kuvaamansa nuoret elivätkin 1930- ja 1940-lukujen maailmassa. Siitä syystä hän kertoi kirjoittaneensa myöhemmissä romaaneissaan 1970-luvulla mieluummin vanhemmista ihmisistä. Myös Tiina lopulta vanheni "ikuisesta" kymmenvuotiaasta teini-ikäiseksi.

4.3 Lukijoiden yhteiskunnallinen asema

Lähes puolella helsinkiläisvastaajista oli 1950-luvun lopulla enemmän kuin 100 kirjaa kotona ja lähes kaikki helsinkiläiset omistivat kirjoja tai heillä oli ainakin kotona toisen perheenjäsenen kirjoja. Tutkimuksen tehneen Qvistin oman arvion mukaan kirjanomistus oli pääkaupungissa varmasti yleisempää kuin maassa keskimäärin.⁵⁰⁹ Toisaalta kirjojen omistamisella oli Suomessa pitkät perinteet, myös maaseudulla. Kaikkialla toki luettiin kirjoja, mutta sekä Qvistin selvityksen että lähes 15 vuotta myöhemmin tehdyn Yleisradion harrastustutkimuksen perusteella kaupunkilaiset lukivat maaseudulla asuvia enemmän.⁵¹⁰ Kaupungeissa luettiin paljon, koska siellä kirjatarjonta oli runsaampaa kirjastojen ja kirjakauppojen myötä sekä koulutustaso oli keskimäärin korkeampi kuin maaseudulla.⁵¹¹

⁵⁰⁸ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁵⁰⁹ Qvist 1960, 56–58.

⁵¹⁰ Qvist 1960, 41; Nurminen 1969, 5.

⁵¹¹ Qvist 1960, 41–42.

Vuonna 1970 julkaistussa *Suomen kirjallisuus* -teoksessa Eila Pennanen arvioi, että Polvan romaanit houkuttelevat kaupunkilaisempaa yleisöä kuin aikoinaan Hilja Valtosen usein maaseudulle tai pienempiin kauppaloihin sijoittuvat romaanit.⁵¹² Polva itse ei juuri maininnut lukijoittensa asuinpaikasta mitään. Hänen oma taustansa oli Kannaksen Raivolassa vietettyä varhaislapsuutta lukuun ottamatta kaupungissa. Polva oli asunut lapsuutensa ja nuoruutensa kaupunkiympäristössä Tampereella ja aikuisena sekä ikääntyneenä Turussa. Maaseutu oli tuttu Polvalle vanhempien, varsinkin äidin suvun ja Hämeessä olleen kesäpaikan myötä.

Polvan teokset sijoittuvat vaihdellen joko maaseudulle tai kaupunkiin. Molemmat miljööt näyttäytyvät anonyymeinä, lähes geneerisinä paikkoina. Maaseutu voi olla missä vain, samoin kaupunki. Vain joissain tekstin tilanteissa nousee esille paikka, kuten että ollaan ”pääkaupungissa”. Samoin muutamissa kohdissa voi kaupungin tunnistaa Tampereeksi paikannimien perusteella. Hyvin harvoin kuitenkaan kirjoissa käytetään katujen, kaupunginosien, kylien, taajamien tai kaupunkien nimiä. *Tiina*-kirjojen kohdalla tämä geneerinen tapa kuvata kaupunkia toimi lukijoiden eduksi niin, että nuori lukija saattoi sijoittaa kirjojen tapahtumapaikan joko tuntemaansa kaupunkiin tai mielikuvituksessa olevaan paikkaan. Moni lukijoista ei ehkä tunnistanut, kuten kirjailija Anni Polva on kertonut, *Tiina*-kirjojen sijoittuvan 1920- ja 1930-lukujen Tampereelle, hänen oman lapsuutensa maisemiin.

Vaikka tarinat sijoittuvat sekä maaseudulle että kaupunkiympäristöön, olivat romaanien sankarittaret useimmiten kaupunkilaisia tai ainakin he asuivat kaupungissa tai kauppalassa. Maaseutu onkin näissä romaaneissa paikka, jonne lähdetään kesälomalla työpalveluun, täysihoitolaan, kursseille tai omalle kesämökille. Varsinkin 1940- ja 1950-lukujen romaaneissa kuvataan sankarittaria, jotka päätyvät maatilan töihin niitä aiemmin osaamatta. Sankaritarten työ konttorissa tai muussa urbaanissa ympäristössä tulee peilatuksi maaseudun ”aitoon” fyysiseen työhön.

Lukemistutkimuksissa osoitettiin merkitsevä riippuvuus lukemisharrastuksen ja koulutustaustan välillä. Näin oli sekä 1950-luvun alussa tehdyssä Gallup-kyselyssä että Eskolan 1970-luvun alussa julkaisemassa syvällisemmässä analyysissä kirjallisuuden eri lajityyppien vastaanotosta. Vaikka esimerkiksi Qvistin tutkimuksessa pelkän

⁵¹² Pennanen 1970, 309.

kansakoulun käyneissä oli aktiivisia lukijoita vajaa viidennes, paljon enemmän, lähes 80 %, näitä oli ylioppilaaksi opiskelleiden keskuudessa. Koulutustausta nousikin Qvistin tutkimuksessa lukemisharrastusta parhaiten selittäväksi tekijäksi.⁵¹³

Koulutuksen ja siihen liittyen vastaajien ammattiryhmän merkitys näkyi myös *Helsingin Sanomien* kahdessa Gallup-kyselyssä. Vuoden 1953 lopulla tehdyssä kyselyssä selvitettiin, oliko vastaaja lukenut kuluneen vuoden aikana yhtään kirjaa. Maatalous- ja metsätyöväestöön kirjatusta vastaajista noin puolet oli lukenut, kun taas ryhmissä ”keskiluokka” sekä ”johtava henkinen työ” oli lähes 80 % vastaajista lukenut yhden tai useamman kirjan.⁵¹⁴ Uutisen kirjoittaja kuitenkin huomautti, että koulutetumman väen kirjainnostuksessa saattoi olla liioitteluakin, sillä kirjojen lukemista pidettiin ”hienona”, ja siksi vastaajat saattoivat vääristellä luetun määrää. Yli vuosikymmen myöhemmin Tammen johtaja Untamo Utrio epäili samaa. Hänen mukaansa tutkimuksia vääristi halu vaikuttaa sivistyneemmältä silloin kun kysyttiin suhtautumista kirjoihin.⁵¹⁵ Kirjasta oli Utrion mukaan tullut pyhä esine, jota esiteltiin hyllyllä, mutta ei luettu. Tämä näkyi varsinkin näyttävien kirjasarjojen myyntinä. Syyllinen oli hänen mukaansa kirjakauppa-ala, rakentaessaan kirjasta näyttely- eikä käyttöesineen.⁵¹⁶

Kirjastosta tai tuttavalta lainaaminen sekä kirjojen saaminen lahjaksi olivat yleisimmät väylät hankkia kirjoja. 1950-luvulla kerätyn aineiston perusteella viimeksi lukemansa kirjan oli ostanut vain 36 % tutkituista. Tuossa tutkimuksessa olivat kohteena helsinkiläiset.⁵¹⁷

Työväestön sivistysharrastuksia ja kirjan omistajuutta luotaavassa tutkimuksessa vuodelta 1954 tuli ilmi, että tutkitut, ”järjestäytynyttä työväestöä”, omistivat keskimäärin 13 kirjaa.⁵¹⁸ Lajityypit vaihtelivat iän ja varallisuus- sekä koulutustason mukaan. Enemmän koulutetuilla ja ”aktiivisilla” oli enemmän kirjoja ylipäättään ja näistä enemmän

⁵¹³ Qvist 1960, 64–66.

⁵¹⁴ Helsingin Sanomat 6.3.1953.

⁵¹⁵ Utrio 1968, 54.

⁵¹⁶ Utrio 1968, 161–166.

⁵¹⁷ Qvist 1960, 93–95.

⁵¹⁸ Harva 1954, 330.

tietokirjoja. Nuoremmilla ja vähemmän koulutetuilla oli enemmän ajanviettekirjoja. Romaaneista eniten oli Kiven *Seitsemää veljestä*, joka löytyi joka seitsemänneltä haastatellulta. Siitä eteenpäin oli hajontaa, haastatelluilla oli muun muassa *Kalevala*, *Välskärin kertomukset*, *Sinuhe*, *Sota ja rauha*, *Moreeni*, *Kurjat* ja *Mikael Karvajalka*. Ajanvietteestä hyllyissä oli useimmiten *Tarzan*-kirjoja (lähes joka kolmas hausjärveläinen omisti näitä), Netta Musketin romaaneja, *Soita minulle*, *Helena* ja Hilja Valtosen romaaneja.⁵¹⁹ Koulutuksella ja siihen linkittyvällä varakkuudella oli ymmärrettävästi merkitystä kirjojen omistamisen kannalta. Mitä koulutetumpi henkilö oli kyseessä, sitä todennäköisemmin hän omisti useampia kirjoja kuin vähemmin koulutettu.⁵²⁰

Koska koulutus korreloi vahvasti lukemisaktiivisuuden kanssa, ei ole yllätys, että aktiivisia lukijoita oli eniten johtavaa tai itsenäistä työtä tekevien ammattiryhmissä. Samoin aktiivisuus järjestötoiminnassa näkyi lukemisharrastuksena ja toisin päin; vähän lukevat olivat myös vähemmän mukana järjestötoiminnassa. Tätä tutkimustulosta tukivat myös muut kotimaiset tutkimukset sekä Ruotsissa tehty laaja selvitys, joihin Qvist viittasi. Hän luonnehti aktiivista lukijaa henkilöksi, jolle lukeminen oli osa muutakin elämänalueita, kuten sosiaalisia suhteita, työtä ja opiskeluympäristöä. Passiivisilla ja satunnaisilla lukijoilla lukeminen oli irrallaan muusta tekemisestä. Passiivisen lukijan elämänkentässä kirjat ja lehdet olivat vierasta pääomaa, joille ei osattu keksiä käyttöä, ja jotka aiheuttivat epävarmuutta.⁵²¹

Katarina Eskola taustoitti vastaajien sosiaalista asemaa tarkemmin kuin Qvistin selvityksessä oli tehty. Eskola käytti lukijan aseman kartoittamiseen ammattien arvostukseen ja Tilastollisen päätoimiston sosiaaliluokkaryhmitukseen perustuvia luokitteluja.⁵²² Polvan lukijoiden kannalta Eskolan tutkimuksen kiinnostavin tulos oli se,

⁵¹⁹ Harva 1954, 335–339.

⁵²⁰ Qvist 1960, 56–58.

⁵²¹ Qvist 1960, 73–74, 156.

⁵²² Eskola 1972, 104–105. Eskola käytti sosiaalisen kerrostuman jaottelussa Urho Rauhalan selvitystä ammattien arvostuksesta ja tämän tulkintaa sosiaalisista kerrostumista. Rauhala oli julkaissut tutkimuksensa *Suomalaisen yhteiskunnan sosiaalinen kerrostuneisuus* vuonna 1966.

että kaikkien neljän tutkitun kirjallisuustyypin (mielipidekirja, runoteos, viihdekirja ja romaani) lukijat olivat edellä mainittuihin luokitteluihin perustuvassa asteikossa suomalaisten keskiarvoa korkeammalla, myös viihdekirjan lukijat. Kun Suomessa oli ylioppilastutkinto neljällä prosentilla, Eskolan tutkimuksessa romaanin, runo- ja mielipidekirjan yleisöstä se oli noin puolella ja viihdekirjankin lukijoista viidenneksellä.⁵²³

Eskola havaitsi myös, että viihdekirjaa käsittelevään lomakkeeseen vastanneet jättivät muita lajityyppejä useammin ilmoittamatta koulutustaustansa. Myös islantilaisessa tutkimuksessa kevyen romaanin kyselyyn vastanneissa näkyi sama ilmiö.⁵²⁴ Jos kirjallisuuden lukeminen ylittää koettiin hyväksi, ja jos esitetty epäily ”sivistyslisästä” vastauksissa piti paikkansa, voisi koulutustietojen ilmoittamatta jättäminen kertoa yhtä lailla statushakuisuudesta. Viihdekirjallisuuteen kohdistunut stigma eli vahvana vielä 1950- ja 1960-luvuilla, eivätkä koulutetut henkilöt ehkä halunneet leimautua ”huonon” kirjallisuuden lukijoiksi.

Kotirouvia oli viihteen lukijoissa enemmän kuin muiden lajityyppien ja ylimpiin sosiaaliluokkiin luokiteltuja puolestaan viihdekirjan lukijoissa vähemmän kuin esimerkiksi mielipidekirjan tai runokokoelman lukijoissa. Myös alemmaa työväenluokkaa edustavia oli viihdekirjaa lukeneissa vähemmän. Tämän ilmiön Eskola tulkitsti siten, ettei alemman työväenluokan piirissä yleensäkin luettu paljon. Ylempään työväenluokkaan kuuluvilla taas romaanin ja viihdekirjan yleisöä oli lähes yhtä paljon, sen sijaan runokokoelmaa ja mielipidekirjaa luettiin tässä ryhmässä vähemmän.⁵²⁵

Vaikka Eskolan tutkimus käsitteli lopulta vain neljän kirjan vastaanottoa, on viihdekirjallisuuden vastaanottoa koskevissa tuloksissaan paljon merkityksellistä tietoa Polvan mahdollisten lukijoiden määrittelyn kannalta. Niin Eskolan analyysissä kuin muissakin lukemis- ja harrastustutkimuksissa paljastui, että kirjallisuuden lukijat yleensä

⁵²³ Eskola 1972, 103. Eskolan tutkimuksessa vastaajien N oli yhteensä 2390, joista 739 oli Kaari Utrion viihdekirjan lomakkeen palauttaneita.

⁵²⁴ Eskola 1972, 104.

⁵²⁵ Eskola 1972, 106.

olivat keskimäärin koulutetumpia ja paremmassa sosiaalisessa asemassa kuin suomalainen keskimäärin.

Suhteessa Polvan omaan näkemykseen tällainen viitteellinenkin tendenssi on kiinnostava. Suurin osa kirjoja arvioineista näki Polvan lukijat hyvin paljon keskivertosuomalaista vähäisempänä koulutuksen ja sosiaalisen aseman suhteen. Anni Polva itse tulkitsti lukijansa köyhiksi sekä naisiksi, joilla oli hyvin raskas päivätyö.⁵²⁶ Eräässä haastattelussa hän kuvaili lukijoitaan sellaisiksi, jotka eivät itse osallistu, eivät harrasta, eivät ota kantaa ja jotka ovat kuin valkoinen paperi.⁵²⁷

Kustantaja puolestaan oli jo 1952 eräässä kirjeessä toivonut, että Polva pitäisi seuraavan romaanin lyhyenä, sillä sen laatuiset kirjat löysivät ostajapiirinsä juuri vähävaraisten joukosta, eivätkä painatuskustannukset siksi saisi olla kovin suuret.⁵²⁸ Eila Pennanen, joka analysoi *Suomen kirjallisuus* -teoksessa vuonna 1970 Polvan romaaneja, arvioi tämän lukijat uuden keskiluokan ”alimman tason naisiksi,” joita vaivasi ”*kaikkalainen köyhyudentunto*”.⁵²⁹ Tämä Pennasen kirjoitus loukkasi Polvaa suuresti.

Ennakko-olettama Polvan ja Aino Räsäsen kirjojen lukijoista antaa myös Rautatiekirjakaupan *R-uutiset*-lehdessä olevat kuvaukset taskukirjojen myynnistä. Vuonna 1968 kauppiaille suunnatussa julkaisussa kuvattiin taskukirjojen ostajakunta ihmisiksi, jotka eivät tienneet mitä vapaa-ajallaan tehdä. Talvisin he tuijottivat televisiota ”illat pitkät” ja kesäisin tappoivat aikaa ”kylän kioskin kaiteella tai kirkonkylän baarissa”. Nämä henkilöt saattaisivat lukeakin, jos paikallinen kioskki tai kauppa tarjoaisi luettavaa,

⁵²⁶ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁵²⁷ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁵²⁸ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 27, Jäljennös, Arvi A. Karistolta Anni Polvianderille 5.1.1952.

⁵²⁹ Pennanen 1970, 299.

jännitystä, seikkailuja tai rakkausromaaneja, joista esimerkkinä nostettiin Anni Polvan ja Aino Räsänen romaanien PR-taskukirja-painokset.⁵³⁰

Kirjallisuudentutkija Marie-Pierre Pouly on analysoinut korkean ja matalan kirjallisuuden välitilassa toimivaa laatukirjallisuudeksi nimittämäänsä kirjallisuutta Bourdieun kenttäteorian avulla.⁵³¹ Pouly analysoi kulttuurisen kentän kahden vastakkaisen suunnan rajakohtia eli vain symboliset voitot tunnustavaa taidetta ja kaupallisuutta lähestyviä bestsellereitä. Kulttuurin kentällä kaunokirjallisuuden symbolinen valta rakentuu vertaisten antamista tunnustuksista ja arvovallasta, joka määrittyy muun muassa sillä, että kirjailija ei kosiskele isojen yleisömassojen makua.⁵³²

Pouly esittää, että 2000-luvun niin sanottu *middlebrow* -kirjallisuus, isoille yleisöille myyvät ja laadukkaat bestsellerit, pelaavat lukijan habituksella ja siten symbolisella pääomalla. Teoksissa voi olla kirjallisia viittauksia ja huumoria, jonka kirjallisesti sivistyneet osaavat tunnistaa. Huumoria ja tunnistamisen iloa teos voi tuoda myös esittämällä esimerkiksi stereotyyppisiä henkilöitä ja kaavoja, intertekstejä tai viittauksia kirjallisuushistoriaan. Lukijalle tarjotaan tavallaan asema teoksen kertojan tai sen henkilöiden yläpuolelta. Mahdollistamalla erilaisia lukutapoja voi yksi teos houkutella erilaisia yleisöjä ja varmistaa näin laajan lukijapohjan. Kahden tason lukukokemuksen tarjoaminen on Poulyn analyysin mukaan oleellista tällaisten kulttuurin kentän rajakohdissa toimivien kirjailijoiden työssä, kirjojen markkinointistrategioissa ja kirjan vastaanotossa. Toisaalta populaarikulttuurin lajityypeistä ammentavat varmistavat luettavuutta, kunhan monikerroksellinen mahdollisuus lukutapaan säilyy.⁵³³

Poulyn nimeämän laatukirjallisuuden arvostus lepää ei-akateemisen lukijakunnan harteilla. Nyt 2000-luvulla tällä lukijakunnalla on yhä enemmän kulttuurista pääomaa ja halua lukea viihdyttäviä sekä samalla kentän koodiston mukaan arvokkaita teoksia. Kaupallinen menestys voi silti edelleen olla riski kirjalliselle arvolle ja siitä johtuvalle

⁵³⁰ Agentit ja Amor myyntivaltteina. *R-uutiset* 1/1968.

⁵³¹ Pouly analysoi Zadie Smithin *Valkoiset hampaat* -teosta ja sen markkinointia, ja viittaa myös mm. Salman Rushdien teosten markkinointistrategiaan.

⁵³² Pouly 2016, 21.

⁵³³ Pouly 2016, 24–25.

lukemisen tuottamalle sosiaaliselle arvostukselle. Yhä edelleen kirjallisten tuotteiden takana vaikuttaa sinnikäs polarisaatio taiteeseen ja kaupallisuuteen.⁵³⁴

Anni Polvan romaanien kerroksellisuus ja niiden mahdollistamat lukutavat rakentuvat tarinoiden sisältöön liittyvillä hyvinkin arkisilla elementeillä. Kirjalliset viittaukset ovat *Perjantai-* ja *Sirpale*-lehtiin ja tunnistaminen liittyy esimerkiksi siihen, osaako päähenkilö tehdä oikeassa järjestyksessä suurustetun kiisselin, tunnistaa vihdaksiin sopivan koivun tai pärjätä miehille autokoulussa. Näiden teosten intertekstuaalisuus ja mahdolliset lukutavat ovat hyvin toisenlaisia kuin ne, joista Pouly puhuu. Silti kyse on periaatteessa samasta asiasta: tunnistamisesta ja brändin luomaan tarinaan liittymisestä. Ajan kulttuuri- ja ihmiskäsitys vaikutti siihen, millaisena Polvan lukijakunta nähtiin. Nyt 2000-luvulla kulttuurikäsitys on monipuolisempi, eikä esimerkiksi Netflixin romanttisten elokuvien katsojia niputettaisi, ainakaan ilman tarkkaa data-analyysiä, alemman keskiluokan köyhyyydentuntoisiksi naisiksi.

Lukijakuva hahmottaessa pitääkin huomioida, että kaikki edellä esitetyt arviot olivat oletuksia, joihin vaikutti Polva-kirjojen tyyli ja niitä kohtaan esitetty kritiikki. Eila Pennasella, *R-uutisten* toimittajalla tai Polvalla itselläänkään ei ollut käytössään lukijatutkimuksia, sillä sellaisia ei näistä romaaneista tehty. Toisaalta Anni Polva sai lukijapalautetta ja oli muodostanut käsityksensä lukijoistaan perustuen myös palautteeseen. Anni Polva -brändin kannalta ei välttämättä ole merkitystä sillä, oliko käsitys lukijoista realistinen vai ei.

Polva uskoi omaan näkemykseensä vahvasti ja lukijakuva perusteli hänen visionsa pakopaikan tarjoamisesta arjen paineissa. Viitteitä aivan toisenlaiseen lukijakuvaan antaa kuitenkin Katarina Eskolan tutkimus sekä seuraava yksittäinen kommentti: Janakkalan kunnan pääkirjastonhoitaja kertoi *Me Naiset* -lehden haastattelussa 1967, että hänen näkemyksensä mukaan etupäässä *parempaa kirjallisuutta* lukevat lainaajat lainasivat myös Polvan kirjoja.⁵³⁵

Viihteen ja varsinkin romantiikan lukijoihin kohdistuneet kommentit loivat kuvaa maaseudun ja kaupunkien kouluttamattomasta, sivistymättömästä ja kirjallisuutta

⁵³⁴ Pouly 2016, 32.

⁵³⁵ Finni, Saara: Kirjastokelvottomat Räsänen ja Polva, *Me Naiset* 42/1967.

ymmärtämättömästä naisesta. Tähän lukijaan kohdistui valtavat kasvatustavoitteet sekä pelko siitä, että viihdekirjat turmelevat lukijan kyvyn ja halun tavoitella parempaa. Tässä suhteessa jopa liberaaleimmat kannanotot olivat usein kaksinaismoralistisia ja kansanvalistuksellinen asenne istui tiukasti määrittelijöissä.

5 Naisten myyttimarkkinat, teosten sisältöanalyysi

*“Fiction is, much as any other writing, a victim of changing times and changing morality.”*⁵³⁶ Näin yksinkertaisesti kirjallisuudentutkija Clive Bloom kuvaa fiktion tutkimisen suurimman haasteen. Bloomin mukaan menestyskirjojen suosion perusta, vetoaminen johonkin, joka aikalaisia kiinnostaa ja innostaa, on samalla niiden unohduksen perusta. Menestyskirjat kuvaavat omaa aikaansa, mutta niitä ei silti voida tulkita suoraviivaisesti oman aikansa mielikuvituksen ilmapuntarina, eikä niitä siksi voi sellaisenaan käyttää lähteenä synty-yhteiskunnastaan. Bloom korostaa, että historioitsijoiden pitää olla varovaisia etsiessään ajankuvaa ja ymmärrystä ajasta menestyskirjojen kautta.⁵³⁷ Toisaalta jotkut varhaisemmat kirjallisuudentutkijat, esimerkiksi Eila Pennanen, ovat esittäneet, että menestyskirja on aina jossain määrin lukijoidensa maailmankuvan ja arvojen peili.⁵³⁸ Tämä tutkimus perustuu oletukselle, että fiktiivinen teksti voi heijastaa samaan aikaan syntyäikansa ajankohtaisia teemoja, kirjoittajansa muistoja ja maailmankuvaa, lukijoittensa kokemuksia ja arvomaailmaa sekä lajityyppinsä konventioita ja kirjoittajan pyrkimyksiä rikkoa näitä mahdollisia kaavoja.

Tässä luvussa tutkitaan Anni Polva -kirjoja kulttuurisen brändinrakentamisen teorian näkökulmasta. Tästä aiheesta ovat kirjoittaneet tutkijat Douglas B. Holt ja Douglas Cameron.⁵³⁹ Brändien kulttuuriseen analyysiin Holt liittää ajatuksen myyttimarkkinoista, joilla kulttuurinen brändi toimii. Luvussa rakennetaan näkemys Polva-kirjojen sisällöstä ja analysoidaan, millaisilla ja keihin vetoavilla myyttimarkkinoilla nämä kirjat ovat voineet toimia.

⁵³⁶ Bloom 2002, 15.

⁵³⁷ Bloom 2002, 15.

⁵³⁸ Pennanen, Eila: Aino Räsänen ja suomalainen rakkausromaani. *Parnasso* 5/1967.

⁵³⁹ Holt 2004, 5–6. Kulttuurinen brändinrakennus liittyy läheisesti ikonisen brändin käsitteeseen, josta Holt on kirjoittanut teoksessaan *How Brands Become Icons* (2004) ja yhdessä Cameronin kanssa julkaistussa *Cultural Strategy* (2010). Ikonisella brändillä hän nimittää yleisesti tunnettuja ja yleensä menestyneitä brändejä, joita ei valita lopulta hyötyjen, laadun tai muiden tuoteominaisuuksien tähden, vaan pikemminkin ikonisina symboleina.

5.1 Kulttuurinen brändi ja populistiset tarinat

Ikonisten brändien analyysi on paljastanut menestyksen taustalta kuhunkin kulttuuriin ja aikaan erityisen hyvin osuvan tavan viestiä ja asemoida brändi. Keskeistä kulttuuriselle brändinrakentamiselle on pyrkiä tunnistamaan tavoiteltujen asiakkaitten maailmankuva ja elämisen konteksti sekä erityisesti kulttuurissa vaikuttavat ristiriidat ja jännitteet.⁵⁴⁰ Periaatteessa Holtin esittämä kulttuurinen brändinrakennus ei eroa Jean-Noel Kapfererin laatimasta niin sanotusta brändin identiteettiprisman, jossa brändi nähdään moniulotteisena suhteena. Identiteettiprisman yhtenä osa-alueena on tavoitellun asiakkaan ihanneminä, se millaisena hän haluaa tulla nähdyksi. Kapferer huomioi mallissaan myös kulttuurin merkityksen.⁵⁴¹ Palaan Kapfererin malliin tutkimuksen viimeisessä luvussa, seuraavassa käyn läpi muutamia Holtin ja Cameronin esittämiä tapauksia, joissa kulttuurinen brändinrakennus on onnistunut hyvin. Nämä esimerkit pohjastavat Polva-kirjojen kuvaaman maailman analyysiä.

Ikoninen brändi hyödyntää Holtin mukaan niin sanottuja identiteettimyyttejä eli yksinkertaisia tarinoita, jotka siirtävät kuluttajan mielikuvat myyttiseen ja kuvitteelliseen maailmaan pois näiden arkitodellisuudesta.⁵⁴² Nämä myyttiset maailmat pelaavat populistisilla kuvastoilla ja tarinoilla, kuten rajaseutumyytillä ja miehiin kohdistuneilla odotuksilla sekä ihanteilla, esimerkkinä Marlboro- ja Mountain Dew -brändit.

Marlboro-tupakkamerkki oli lanseerattu 1920-luvulla lähinnä yläluokan naisille. Uudenlaisia ja tuolloin varsinkin naisten tupakoiksi miellettyjä filteritupakoita edustavalla brändillä ei ollut suurta menekkiä. 1950-luvun puolessa välissä Marlborolla oli vain noin prosentin markkinaosuus, jonka Leo Burnett mainostoimistoinen sai nostettua viiteen prosenttiin vuosikymmenen lopulla menestyksekkäällä ja hyvin erilaisella kampanjallaan, jota ei tupakka-alan säätelyn tähden voitu jatkaa. Marlboron mainoskampanjoissa oli kokeiltu menestyksettä cowboyhahmoa 1950-luvulla ja uudelleen 1960-luvun alussa. Holt ja Cameron esittävät epäonnistumisten syyksi sen, että Burnett ja hänen mainossuunnittelijansa nostivat cowboyhahmon aluksi esille pelkkänä kontekstistaan irrotettuna symbolina ja toisaalta sijoittivat hahmon uusiin konteksteihin

⁵⁴⁰ Holt 2004, 5–8.

⁵⁴¹ Kapferer 2008, 182–189.

⁵⁴² Holt 2004, 8.

tavoilla, jotka eivät vedonneet yleisöön. Cowboy yhdistettiin uuteen teknologiaan, urbaaniin kulttuuriin ja pyssysankarin rooliin western-elokuvien hengessä. Ongelmallista epäonnistuneissa kampanjoissa oli hahmon peilaaminen ajan ihanteellisen ja menestyneen kaupunkilaisen miehen kautta. Tällainen tapa rakentaa mainontaa onnellisen, modernin ja keskiluokkaisen perheen sekä mies- ja naishahmojen avulla oli hyvin tyypillistä 1950-luvulla. Burnettin epäonnistuneiden mainosten cowboy saattoi katsella junan ikkunasta passiivisena preeriaa tai mainoksen tarina saattoi päättyä villin lännen miljööstä keskiluokkaisen hyvin pukeutuneen bisnesmiehen toimistoon New Yorkissa. Myöhemmin klassikoksi noussut slogan *Come to Marlboro Country* esitettiin aluksi konkreettisina paikkoina Yhdysvaltojen kartalla.⁵⁴³

Vuonna 1966 Burnettin toimisto osui kultasuoneen muuttaessaan radikaalisti cowboyhahmoa ja tarinoiden miljöötä. Marlboro Country esitettiin nyt televisio- ja lehtimainoksissa myyttisenä villin luonnon rajaseutuna, vailla pyssysankareita, vihollisia, rakennuksia tai naisia. Mainoksissa oli vain yksi tai muutama puhumaton karjapaimen työssään. Holtin ja Cameronin mukaan juuri tässä kiteytyi Burnettin idean nerokkuus. Western-elokuvista tuttu tarina rikottiin täysin, kun siitä poistettiin väkivaltaisuus, viittaukset pyssysankareihin ja sankarin ristiriitainen olemus. Marlboro-maata asuttivat nyt vaiteliaat, oman itsensä pomona toimivat ja raskaaseen työhön tottuneet karjapaimenet. Mainoksen Marlboro Country ei ollut jokin nimetty paikka kartalla eikä western-elokuvan toisinto, vaan esiteollisen yhteiskunnan rajaseudun kovapintaisen ja omaa elämänsä elävän miehen maailma keskellä villiä luontoa. Huolimatta Yhdysvaltain alati tiukkenevista tupakkamarkkinoinnin rajoituksista ja syöpätietoisuuden kasvusta, Marlboro-tupakoiden myynti kasvoi 1966–1973 yli tuhat prosenttia.⁵⁴⁴ Mainokset viestivät kaikkea sitä, mitä tavallinen toimisto- tai teollisuustyötä tekevä amerikkalainen mies ei todennäköisimmin arjessaan elänyt. Marlboro-mies ei matkannut aamuisin esikaupungeista junalla toimistoon suorittamaan toisten määräämää työtä, ei ollut rakennuksilla tai tehtaassa sidottuna kellokorttiin, eikä häntä odottanut kotona turhautunut kotirouva, tappelevat teinit tai rahahuolet. Marlboro-mies sai laukata ratsullaan vaiteliaana ja leirytyä yöksi mihin tahtoi.

⁵⁴³ Holt & Cameron 2010, 162–163.

⁵⁴⁴ Holt & Cameron 2010, 166–172.

Marlboron tapaan voimakkaimmat ikoniset brändit toimivat kulttuurisen muutoksen kärjessä, viestien uudesta ja samalla peilaten usein kuvitelmaa vanhasta ja turvallisesta maailmasta. Monet Holtin ja Cameronin tutkimista ikonisista yhdysvaltalaisbrändeistä ovat käsitelleet sukupuolirooleja, erityisesti maskuliinisuuden ihannetta ja sen suhdetta muutoksiin yhteiskunnassa. Näin myös Mountain Dew -virvoitusjuoma, jolle rakennettiin 1960-luvulla brändi Appalakkien hillbilly-myytin varaan. Brändin oli tarkoitus puhutella heitä, joita ihanne modernista keskiluokkaisesta lähiöissä asuvasta vastuullisesta ja itseään kontrolloivasta miehestä ahdisti.⁵⁴⁵

Mountain Dew'n markkinointiviestintä pelasi stereotypioilla syrjäseutujen asukkaista, joista julkisessa puheessa käytettiin nimitystä hillybilly ja pidettiin jonkinlaisena kansallisena häpeätahrana. Mielikuvien hillbilly oli myös kapinallinen ja vaarallinen, ainakin 1960-luvun amerikkalaisen keskiluokkaisen perhe- ja miesihanteen näkökulmasta. Brändin nimi *Mountain Dew* viittasi kotipolttoiseen pontikkaan ja juoman markkinointihahmoksi luotiin hillbilly-kuvastosta ammennettu Willy, jonka toilailuista ja epäurbaanista elämästä rakentui valtavan suosion saaneen virvoitusjuoman tarina. PepsiCo osti brändin 1964 ja vaihtoi hahmon nimen Clemiksi, mutta periaate ja myyttinen hillbillymaailma säilyi samana. Brändi valloitti markkinoita erityisesti Yhdysvaltojen pienissä kaupungeissa ja maaseudulla. Kuitenkin 1960-luvun loppua kohden uudenlainen nuorisokulttuuri ja poliittinen aktivismi hippiliikkeen ohessa muutti Holtin analyysin mukaan radikaalisti myyttimarkkinoita, joilla Mountain Dew -brändi toimi. PepsiCo ei pysynyt muutoksessa mukana ja hillybilly-viittaukset alkoivat edustaa kohderyhmien mielikuvissa huumorin sijaan amerikkalaista vanhanaikaista konservatiivisuutta, jopa rasismia ja misogyniaa. Rajaseutujen hassu juoppo ei enää vedonnut virvoitusjuomaa ostavaan kuluttajaan ja Mountain Dew'n myynti laski radikaalisti 1970-luvun taitteessa. Vasta 1980-luvun taitteessa PepsiCo sai nostettua myynnin uuteen nousuun. Syynä tähän Holt esittää myyttimarkkinat, joihin Mountain Dew'n alkuperäinen mieshahmo uudelleen päivitettyinä sopi hyvin. Nämä myyttimarkkinat olivat samat, joilla esimerkiksi myös Budweiser-olutbrändi vaikutti: Ulkomaille katoavat työpaikat, massatyöttömyys, Wall Streetin nouseva juppikulttuuri ja 1980-luvun liike-elämään sitoutuva uusi menestyneen miehen ihannekuva. PepsiCon vastaus oli rakentaa Mountain Dew'n miestarinalle entistä

⁵⁴⁵ Holt 2004, 42–50.

konservatiivisempi reaganilainen, omia polkujaan kulkeva punaniskahahmo ja samalla työväenluokan sankari. Virvoitusjuomabrändi uudisti brändin kertaalleen myös 1990-luvulla, jolloin hahmona ja tarinana oli jälleen kerran urbaanin keskiluokan vastatarina, extreme-temppuja harrastava ”velttoilija”, joka vetosi samaan kohderyhmään kuin 1990-luvulla suosittujen Jackass, Beavis ja Butthead tai Southpark-televisiosarjat.⁵⁴⁶

Anni Polva kirjoitti romaaninsa hyvin intuitiivisesti, eikä kustantaja antanut hänelle ideoita teemoista tai henkilöhahmoista. Polva keksi itse tarinat ja kirjoitti kirjat itsenäisesti. Teoksista editoitiin lähinnä kieliasu.⁵⁴⁷ Polva-brändin tuotteita, romanttisia viihdekirjoja, ei rakennettu samalla tavalla kuin esimerkiksi edellä esitetyn Mountain Dew’n brändiä 1960-luvun markkinoinnin ja mainosalan huippuammattilaisten toimesta. Anni Polva kuitenkin uskoi tuntevansa yleisönsä ja sanoi tietävänsä, millainen jouluksi julkaistavan romanttisen tarinan piti olla. Kirjallisuuspaneelissa vuonna 1972 hän kertoi oppineensa Gallup-haastattelijan tehtävässään tietämään, mitä suomalaiset naiset halusivat.⁵⁴⁸ Myöhemmissä kirjailijahaastatteluissa Polva väitti myös, ettei yhtään tiennyt mikä hänen kirjoissaan lukijoihin vetosi. Tämä saattoi tosin olla vain retoriikkaa, sillä aktiivisen kirjoittajatyön aikana vuonna 1972 esitetty viittaus lukijoiden ymmärtämiseen kuulostaa vakuuttavalta. Tässä ja kaikissa Polvan kirjailijahaastatteluissa esittämistä huomioista pitää muistaa, että kyse on kirjailijan subjektiivisesta näkemyksestä, joka on voinut muuttuakin ajan myötä.

Polvan romaaneissa toistuvat tietyt teemat ja ideat, joista voi rakentaa näkemyksen siitä, millaisille markkinoille Polva kirjansa tietoisesti tai tiedostamattaan halusi viedä. Toinen tapa analysoida Polva-kirjojen mahdollisia myyttimarkkinoita on pohtia, millaisessa maailmassa Polvan lukija eli ja mitkä saattoivat olla hänen odotuksensa, pelkonsa, haaveensa ja toiveensa. Lukijan kuva on hieman epätarkka, mutta jotain hänestä voidaan silti sanoa.

Tutkimuksen aiemmissa luvuissa on esitetty, että Polva-kirjojen markkinat kasvoivat merkittävästi 1960-luvun puolessa välissä. Brändin voi perustellusti ajatella olleen vahva

⁵⁴⁶ Holt 2004, 42–50.

⁵⁴⁷ Anneli Seppälän haastattelu, Hämeenlinna 15.3.2018.

⁵⁴⁸ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

viimeistään 1960-luvun lopulla. Miljoonan kirjan rajapyykki saavutettiin 1970. Perustuen lukijatutkimuksiin ja Anni Polvan omaan näkemykseen, voi olettaa, että tyypillinen Polva-kirjan lukija oli tuolloin nainen, joka luki ainakin jonkin verran kirjoja suomen kielellä ja oli syntynyt noin 1915–1955. Vaikka kaupunkilaiset todennäköisesti omistivat kirjoja enemmän, kirjallisuutta luettiin myös maaseudulla. Polvan oman näkemyksen mukaan hänen lukijansa oli vähän koulutettu ja yleensä kotiäiti. Mikään tutkimuksissa ei kuitenkaan varsinaisesti lopulta vahvista oletusta, että Polvaa olisivat lukeneet vain työssäkäyvät tai kotityötä tekevät vähän koulutetut työväenluokan tai alemman keskiluokan naiset.

Kuten sanottu, kuva Polvan todellisesta lukijasta on karkea. Myyttimarkkinoiden analyysin kannalta tämä ei kuitenkaan haittaa, sillä kaikkein keskeisimmät isot teemat ja muutokset suomalaisessa yhteiskunnassa koskettivat lopulta kaikkia naisia, vaikka eri tavoin sen mukaan oliko kyseessä esimerkiksi maaseudulla asuva kymmenluvulla syntynyt vai suurten ikäluokkien edustaja, vasta kaupunkiin muuttanut nuori ihminen. Polvan romaaneja analysoimalla löytyy muutamia toistuvia teemoja, joita seuraavassa olen verrannut yhteiskunnan isoihin muutoksiin. Tällaisia teemoja Polvan romaaneissa ovat kaupunkilaisen suhde maaseutuun, kotiäidin elämä, nainen ja osaaminen sekä naisen ja miehen ulkoinen olemus. Kiinnostava teoksissa toistuva teema on myös tunteiden julkisen käsittelyn vaikeus, jota käsitellään myöhemmin tässä pääluvussa.

5.2 Maaseudulta kaupunkiin ja takaisin

Suomen muutosprosessia toisen maailmansodan jälkeen voi kuvata monella tavalla muutoksena köyhästä agraarivaltiosta kulutusyhteiskunnaksi, palveluyhteiskunnaksi, ja hyvinvointivaltioksi. Yksi tärkeä osa muutosta oli maan kaupungistuminen. Muuttoliike kulki maalta kaupunkeihin ja töiden puutteessa 1960-luvun lopulta myös kotimaisten kaupunkien ohi Ruotsiin. Kaupungit säteilivät vetovoimaansa varsinkin 1960-luvulla niin sanotun suuren ikäluokan nuoriin, joille ei riittänyt opiskelumahdollisuuksia tai työtä maaseudulla.

1950-luku oli merkinnyt eräänlaista piristysruisketta maaseudulle. Koneistuminen ja sen myötä uudenlaiset työtavat levisivät tuontisäännöstelyiden päättymisen myötä 1950-luvun lopulla ja maaseudulle rakennettiin paljon muun muassa uusia kouluja ja moderneja

rintamamiestaloja. Traktori syrjäytti hevosen voimanlähteenä 1960-luvun alussa.⁵⁴⁹ Huolimatta uudistumisesta, maaseudun aika kansantalouden tärkeimpänä toimijana alkoi silti olla ohi.

Eläminen maaseudulla oli monin tavoin erilaista kuin kaupungeissa, mutta varsinkin 1950-luvulla yhteistäkin oli. Maaseudulla asunnot olivat vielä 1950-luvulla vaatimattomia, ei juoksevaa vettä eikä sisävessoja ja suurin osa ruoanvalmistuksesta tapahtui puuliedellä.⁵⁵⁰ Osassa kaupunkiasuntoja oli niin ikään vielä ulkovessat tai jaettu vesivessa naapureiden kanssa. Sähköhellat alkoivat yleistyä ensin kaupungeissa, samoin sähköpesukoneet, joita oli ensimmäisenä käytössä helsinkiläisillä ja tamperelaisilla toimihenkilöperheillä.⁵⁵¹ Muutoksen merkinä oli suosittu *Kotiruoka*-keittokirja, jonka vuoden 1959 painokseen lisättiin ensimmäistä kertaa tarkat lämpötilataulukot sähköuunilla paistamiseen.⁵⁵² Muutkin kodinkoneet kuin hella alkoivat yleistyä 1950-luvun loppua kohden elintason noustessa ja säännöstelyn päätyttyä. Autojen määrä lisääntyi myös, vaikka autojen tuonti vapautuikin vasta 1963.⁵⁵³

Vielä 1950-luvun alussa suomalaisten kulutuksen rakenne oli tyypillinen kehittymättömälle agraarivaltiolle. Kotitalouksien säästämistä väitöskirjassaan tutkineen Ilja Kavoniuksen mukaan tulot menivät välttämättömään, eikä suomalaisilla kotitalouksilla ollut juurikaan mahdollisuutta säästää, vaan jokainen ylimääräinen markka olisi ohjautunut monissa perheissä suoraan monipuolisempaan ruokaan, vaatteisiin tai isompaan asuntoon. Perhekoosta riippuen elintarvikkeisiin kului noin puolet kokonaismenoista ja suurehko osa menoista meni myös vaatetukseen ja jalkineisiin, sillä niitä oli vähän tarjolla ja ne olivat kalliita. Kaupungeissa asuttiin yleensä vuokralla, maaseudulla omistettiin asuntoja enemmän. Asumiseen kului vuokrasäännöstelyn tähden vähemmän kuin esimerkiksi 1920-luvulla. Vapaa-aikaan, kulttuuriin, koulutukseen ja liikenteeseen meni hyvin pieni osa kokonaismenoista. Oli myös tyypillistä, että mitä

⁵⁴⁹ Mm. Nevala-Nurmi 2013, 206–207.

⁵⁵⁰ Knuuttila 2013, 173–175.

⁵⁵¹ Lotti 2006, 21.

⁵⁵² Knuuttila 2013, 178–180.

⁵⁵³ Kavonius 2011, 23–24.

useampi lapsi perheessä oli, sitä useammin äiti jäi kotiin hoitamaan lapsia. Lapsilisät olivat tärkeä osa kotitalouksien tuloja.⁵⁵⁴

Kohti 1960-luvun loppua säästäminen ja omistaminen lisääntyivät, elintarvikkeiden osuus kokonaismenoista laski ja esimerkiksi vapaa-ajan menot kasvoivat. Asukasta kohden laskettuna kulutus kaksinkertaistui 1960-luvun alkuun mennessä ja 1960-luvulla Suomesta voi sanoa viimeistään tulleen kulutusyhteiskunta.⁵⁵⁵ Päivi Uljaan mukaan sosiaalivakuutus muutti tavallisten ihmisten ja perheenjäsenten välisiä suhteita enemmän kuin ehkä mikään muu ilmiö satoihin vuosiin. Lapsista ei enää tarvinnut kasvattaa elättäjiä ja sisarusten ei oletettu elättävän enää nuorempiaan. 1960-luvun alussa paalutetun sosiaaliturvan myötä oikeistolainen talonpoikaisvaltio muuttui länsimaalaiseksi hyvinvointivaltioksi.⁵⁵⁶

Maalta kaupunkiin muuttaneet toivat mukanaan tutuksi luonnolliseksi koetun työnjaon ja sukupuoliroolien normiston, jossa mies tuottaa elinkeinoa ja nainen hoitaa kotitalouden työtoverin tai avustavan toimijan roolissa. Erona elämään maaseudulla oli kuitenkin elämisen arjen ympäristö, joka rajasi mahdollisuuksia. Kaupungin kivitalossa ei voinut työskennellä ja nähdä samalla tavalla kätensä jälkiä kuin maalla. Varsinkin kaupungistumisen edetessä lähiöiden rakentaminen 1960-luvulta alkaen toi mukanaan päivästä toiseen samoina toistuvat työmatkat ja kotona oleville oman lähiympäristön usein rajatut mahdollisuudet. 1970-luvulla sekä julkisessa keskustelussa että tutkijoiden piirissä nousi huoli niin sanotusta lähiöilmiöstä tai lähiöongelmasta. Kärjistetysti kuvattuna ongelmana oli juuriltaan tempaistu sukupolvi, joka asettui käytännön syistä asumaan lähiöihin eristyksiin yhteisöistä onnellisuusmuurin taakse pieniin asuntoihinsa. Tätä uutta todellisuutta, jonka asettamiin uusiin ehtoihin vanha patriarkaalinen normisto ja sukupuoliroolit törmäsivät, kuvaa Matti Kortteinen tutkimuksessaan *Lähiö* (1982).⁵⁵⁷

Kaupungit olivat kuitenkin asuntopulasta ja uusien asukkaitensa juurettomuuden tunteista huolimatta myös vetovoimaisia. Markkinoijat kohdistivat markkinatutkimukset mieluusti kaupunkilaisiin perheenemäntiin jo 1950-luvun alussa, sillä nämä olivat

⁵⁵⁴ Kavonius 2011, 115–113, 130.

⁵⁵⁵ Kavonius 2011, 24.

⁵⁵⁶ Uljas 2008, 183–185.

⁵⁵⁷ Kortteinen 1982, 36–37, 138.

kulutustuotteiden osalta trendin luoja ja edelläkävijöitä ja uudet tuotteet sekä brändit levisivät markkinoille suurimmista kaupungeista. Kun 1960-luvun alussa väestöstä oli lapsia ja nuoria 40% toteutettiin Gallup-tutkimus 10–19-vuotiaiden rahankäytöstä. Polkupyörän omisti enemmistö nuorista asuinpaikasta riippumatta, mutta kameran omistajat asuivat useammin kaupungeissa. Kun maalla vain 7 % nuorista kertoi omistavansa levysoittimen, kaupungissa sellainen oli jo 20 prosentilla nuorista. Nuoret käyttivät rahaa hyvin vähän, ja harrastuksiin rahaa käytettiin lähinnä kaupungeissa.⁵⁵⁸

Tiina Huokuna on analysoinut Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Kansanrunousarkistoon kerättyjä muistoja ensimmäisestä kodista 1960-luvulla rinnan kolmen helsinkiläisen kaupunginosan arkielämää luotaavan kyselytutkimuksen tulosten kanssa.⁵⁵⁹ Huokuna haluaa nostaa esille arkielämän ja jokapäiväisten käytäntöjen hiljaisen vallankumouksen, joka ei ollut yhtä näkyvää tai näyttävää kuin ajan paljon viitatus yhteiskunnalliset kannanotot tai esimerkiksi usein 60-lukulaisuutta määrittävänä tekijänä käytetty opiskelijaliikehdintä ja kulttuuriradikalismi. Huokuna esittää, että kotielämä ja arki ei ole voinut olla heijastumatta takaisin yhteiskunnalliseen keskusteluun, esimerkiksi tasa-arvoon ja naisten asemaan liittyneissä keskusteluissa. Näin siitäkin huolimatta, että arkea ei ”tohdittu” tallentaa edes valokuva-albumeihin.⁵⁶⁰

Huokuna löysi 1960-luvun lopun ja 1970-luvun alun kotikertomuksista kiinnostavia näkökulmia usein kulttuuriradikalismiin lisäksi usein 1960-luvun murrosta kuvaavaan isoon tarinaan, eli nuorisokulttuurin nousuun. Rock, farkut tai muut nuorisokulttuuriin liitetyt elementit eivät siirtyneet merkittävästi asumisen tyyliksi. Huokunan tutkimusaineistossa muoti ei näkynyt merkityksellisenä, siitäkään huolimatta, että aineisto käsittää suurten ikäluokkien kokemuksia. 1960-luvun lopulla ihailun kohde olivat uudet kaupunkeihin rakennetut asunnot. Ihanteena oli esimerkiksi tilava kylpyhuone ja hissi, jotka symboloivat uudenlaista elintasoja. Myönteisiä asuntoa

⁵⁵⁸ Lotti, 2006, 17, 39, 43.

⁵⁵⁹ Huokuna 2006, 160–192.

⁵⁶⁰ Huokuna 2006, 163. Arkielämää ei pidetty kuvaamisen arvoisena, toisin kuin juhlatilaisuuksia ja muita erityisiä tapahtumia.

kuvaavia sanoja olivat valoisuus, materiaalien vaaleus, avarat näkymät ja monet mukavuudet, joita lapsuudenkodissa ei ollut.⁵⁶¹

Polva-kirjojen sankarittaret ovat lähtökohtaisesti kaupunkilaisia. Heidän kotikaupunkejaan ei nimetä ja muutenkin Polvan romaaneissa paikat ovat hyvin abstrakteja. On kuin lukija voisi itse kuvitella oman mielikuvituksensa kaupungin tai maaseudun tarinan miljööksi. Maaseutu näyttäytyy kesämökkien, kesälomien, täysihoitoloiden tai valepuvussa suoritetun työkomennuksen paikkana ja siihen tutustutaan kaupunkilaisen silmin.

Rakasta minua hiukan vuodelta 1945 oli Polvan esikoisteos, joka kertoo Lulusta ja Kertusta, asuinkavereista, jotka ovat ilmoittautuneet kesälomakseen työpalveluun maaseudulle.⁵⁶² Talo, johon heidät lähetetään, on "sattumalta" sama talo, jonka emännän veljeen, Anttiin, Lulu on jo työpaikallaan kaupungissa ihastunut. Antti, sodasta lomalla oleva upseeri, on menossa kihloihin apteekkarin varakkaan Katri-tyttären kanssa, mutta Lulu on päättänyt saada Antin hinnalla millä hyvänsä.

Lulu edustaa maatilan väelle stereotyyppistä kaupunkilaista. Hän ei tiedä miltä rauduskoivu näyttää etsiessään aineksia vastoihin eikä tunnista jauhoista ohraa, vaan ottaa leipätaikinaan vahingossa kauraa. Myös kuoritun maidon tunnistaminen eri tonkista on Lululle arvoitus. Toisaalta Lulu osaa lypsää lehmän ja herättää omaksi ilokseen ihmetystä talonväessä taidollaan. Missään ei tule kuitenkaan kerrotuksi, miten hän on taidon oppinut. Lulu näyttäytyy outona ja ulkopuolisena, ja tarinan koukku on siinä, että hän oppii tekemään maaseudun töitä – saaden emännän, tämän pienet lapset ja talon palvelusväen nopeasti puolelleen. Lulu ei nyrpistä nenäänsä millekään työtehtävälle. Maaseudulla pärjäämisessä on hänelle kyse kilpailusta ja kunniaista, mutta myös aidosta halusta auttaa pulassa olevaa tilaa ja emäntää, jonka mies on rintamalla.

Kirjan tarina ei rajaudu vain työhön tai oppimiseen, vaan myös yhteisössä olemiseen ja ihmissuhteisiin. Lulu on jälkimmäisissä erittäin lahjakas. Hän saa emännän lapset heti ihastumaan itseensä, tekee vaikutuksen naapurin poikamiesisäntään ja moneen muuhun.

⁵⁶¹ Huokuna 2006, 166, 169–171.

⁵⁶² Romanttisena tarinana sama asetelma on esimerkiksi englantilaisen Berta Ruckin teoksessa *Kevättä ja rakkautta*, suomennettu 1936.

Lulu ei peittele mielipiteitään tai ajatuksiaan. Hän useassa kohdin valitsee palvelusväen puolen tilanteissa, joissa tilallisten ja palvelusväen intressit törmäävät.⁵⁶³

Polvan ensimmäisen romaanin juonikuvio toistuu romaanissa *Vihaan hameväkeä*, vuodelta 1949. Siinä juuri sairaanhoitajaksi valmistunut Raila lähtee kesälomallaan maalle täysihoitolaan enonsa kustantaman Italian-matkan sijaan, mutta päättyy erehdysten myötä lopulta jäämään kesäpiikiksi taloon, jonka isäntään hän on ihastunut jo kaupungissa ollessaan. Raila joutuu Lulun tapaan opettelemaan uusia taitoja. Lehmien lypsäminen on hänelle aivan vieras asia, samoin heinätyöt. Lulun tapaan Railakin tutustuu talon palvelusväkeen.

Tyypillisen Polva-sankarittaren mukaisesti Raila asettautuu yhteiskuntaluokkaa pelaavissa tilanteissa palvelusväen puolelle. Tämä näkyy muun muassa kommentissa, jonka Raila heittää kaupunkilaismiehelle kylän tansseissa, kerrottuaan tälle ensin olevansa Anttilan uusi sisäpiika.

”Mutta tehän olette noin nätti ja hyvä tanssimaan ja hyvin puettu.

*Kuvitteletteko te meitä palvelustyttöjä jonkinlaisiksi Tuhkimoiksi, hyvä herra? Samoja tyttölapsia me olemme kuin toisetkin, ja meidän kinttumme nousee yhtä nokkelasti. Painukaan hakemaan kartanontyttäriänne, sillä minä en voi sietää teidänlaisianne...”*⁵⁶⁴

Lulu esiintyi työpalvelussa omana itsenään, mutta Raila piilottaa oikean taustansa kaupunkilaisena koulutettuna sairaanhoitajana. Koska ihastuksen kohde on talollinen, Raila joutuu punnitsemaan mahdollisuuksiaan suhteessa osaamiseensa.

*”Raila teki nopeasti ajatuksissaan tiliä omista mahdollisuuksistaan, mutta huomasi niiden olevan perin heikoissa kantimissa, niidenkin. Ei hänestäkään olisi emännäksi, kun ei uskaltanut edes lehmän lähelle, taputtamisesta puhumattakaan. Sikoja hän pelkäsi vielä enemmän, ties vaikka purisivat sormet syöttäjältään.”*⁵⁶⁵

Railan ja hänen ihastuksensa Laurin suhteen epätasapaino jatkuu läpi romaanin. Ne näkyvät riitoina, jotka lähtevät liikkeelle tilanteista, joissa Raila ei osaa jotain maaseudun

⁵⁶³ Polva (1949) 1965.

⁵⁶⁴ Polva (1949) 1965, 190.

⁵⁶⁵ Polva (1949) 1965, 38.

ihmisille luontaisesti onnistuvaa tekemistä, joka Railan pitäisi Laurin mielestä osata. Osaaminen limittyy tarinassa myös läheisesti aggressioiden ja häpeän tunteisiin. Romanttinen tarina saa päätöksensä monen riidan ja väärinkäsityksen jälkeen vasta sitten kun Lauri lyö koivumetsässä vesurilla jalkaansa ja Raila, nyt paljastuvalla sairaanhoitajan ammattitaidollaan, pelastaa jalan ja miehen. Koulutuksella, osaamisella ja oikealla persoonallaan esiintyvä Raila sulattaa lopulta Laurin sydämen. Tässä kohden tarinaa alun mahdollisuus lähteä Italiaan on vaihtunut haluksi jäädä maatilalle emännäksi.

Polvan romaaneista välittyy kuva maaseudusta ”aitona”, varsinkin työn kuvauksissa. Toisaalta maalaisyhteisö tulee myös kuvatuksi konservatiivisena, vanhoja sääntöjä ja luokka-asetelmia säilyttävänä yhteisönä, jota kaupungista tullut sankaritar tuulettaa. Maaseutu on työn kuvausten ja vastoinikäymisten myötä kuvattuna jossain määrin realistinen paikka, mutta tarinan kontekstissa myös mielikuvituksellinen stereotypia Suomi-filmien tyyliin.

5.3 Kotirouva keskiluokan ihanteena

Sodan jälkeisen ajan väestöpolitiikka rakensi aktiivisesti äitiyttä naisten tärkeimpänä tehtävänä ja perheiden toimeentuloa tuettiin monin tavoin. 1950-luvulla lapsia oli paljon ja lastenhoito lukeutui luonnollisena osana naisen rooliin. Osalle lastenhoito oli silti uusi asia, sillä varsinkin maaseutuyhteisössä lapsia ei ollut hoidettu välttämättä samalla pieteetillä kuin uusien oppaiden ja odotusten mukaan pitäisi hoitaa. Maatalon töissä lapset olivat tulleet hoidetuksi siinä sivussa ja usein monen muunkin toimesta kuin talon emännän.

Koti käsitettiin työpaikaksi ja kotityöt ammatiksi, johon kohdistui monia toiveita ja myös tehokkuuden ja hygienian vaatimuksia. Säästäväisyys varsinkin ruoan valmistuksessa oli perheenäidin hyveitä. Kodin, ruokatalouden ja lasten hoito jäi pääasiassa aina naisten tehtäväksi, riippumatta sosioekonomisesta asemasta tai työssäkäynnistä.⁵⁶⁶

Toisilla oli varaa palkata apua ja käyttää kodintekniikkaa, kun toiset joutuivat hoitamaan työn ja kodin heikommilla fasiliteeteilla. Kaupungeissa oli enemmän mahdollisuuksia, myös ruoanlaittoon. Pakasteet tulivat kauppoihin 1940-luvun lopulla, kaalikeitto oli

⁵⁶⁶ Koskinen-Koivisto & Marander-Eklund 2013, 163–164.

ensimmäinen pakasteena myyty valmisruoka.⁵⁶⁷ Puolivalmisteita ja eineksiä alkoi näkyä jo 1950-luvulla ja ne helpottivat ruokavastuuta.⁵⁶⁸ Ruokaa piti laittaa koko perheelle illaksi, ja jos mies kävi lounaalla kotona, päivällä myös hänelle.⁵⁶⁹ Kysymyksiä siitä, miksi perheenäidin pitäisi tehdä kaikki itse alettiin esittää 1950-luvulla ja näkemyksiä tähän oli sekä puolesta että vastaan. Toiset puolustivat perinteitä ja keittotaitoista äitiä, toisia houkutti uutuudet ja uudet mahdollisuudet keventää arkea. Apuna kotitöissä oli joka tapauksessa yleistynyt ohjeistus, neuvonta ja erilaiset valistusviestit.⁵⁷⁰

Naisten työssäkäynti oli riippuvainen monesta tekijästä. Useilla ei ollut mahdollisuuksia mennä töihin, vaikka sellainen olisi ollut tarjolla. Päivähoitopaikkoja oli vähän, sillä kunnilla ei ollut velvollisuutta, eikä usein halukaan, tarjota päivähoitoa kaikille. Työssäkäyvienkin äitien piti tehdä samat kotityöt kuin kotona olevien. Vielä 1950-luvulla fasilitetit olivat suurimmalla osalla sellaiset, että tavallisiin töihin kuten ruoanlaittoon, vaatehuoltoon ja siivoamiseen kului paljon aikaa. Omaa aikaa ei juuri jäänyt mihinkään ylimääräiseen.⁵⁷¹

Merkittävin tekijä perheenäidin kotiin jäämiseen oli silti yleinen asenne, joka läpäisi yhteiskuntaluokat, vaikka elikin vahvimpana keskiluokkaisen perheen ideaalissa. Tuossa ihanteessa mies vastasi ydinperheen elatuksesta ja toimeentulosta, kun nainen puolestaan huolehti miehen ja lasten arjen sujuvuudesta ja kodin lämmöstä. Tällainen porvarilliseksikin nimitetty ideaali oli näkyvissä jo kauan aikaisemmin Euroopassa esimerkiksi englantilaisessa yhteiskunnassa viktoriaanisen keskiluokan rakentaessa valta-asemaansa tai pohjoismaisen keskiluokan koti-ideaalissa. Koti-ihanne oli ollut naisliikkeiden asialistalla Suomessakin. Esimerkiksi 1900-luvun ensimmäisinä vuosikymmeninä sekä Marttaliitto että sosialidemokraattinen naisliitto olivat esittäneet naisten vapauttamista palkkatyöstä koteja hoitamaan ja kotityön propagointi vahvistui sotien jälkeen.⁵⁷² Koti ei tarkoittanut vain paikkaa, vaan myös mielentilaa. Tämän

⁵⁶⁷ Jaatinen 2004, 81.

⁵⁶⁸ Knuuttila 2013, 175.

⁵⁶⁹ Koskinen-Koivisto & Marander-Eklund 2013, 169–171.

⁵⁷⁰ Knuuttila 2013, 174.

⁵⁷¹ Jaatinen 2004, 69–70.

⁵⁷² Ollila 1993, 56–70; Lähteenmäki 2000, 163–166.

ihanteellisen mielentilan kuvaajia oli paljon. Ihanne näkyi 1900-luvun alkuvuosina ruotsalaisen taidemaalarin Carl Larssonin luomassa kuvastossa. Suomalainen kodin hengetär taas tuli kuvatuksi esimerkiksi Martta Wendelinin suosituissa kuvituksissa, jotka levisivät postikortteina ja *Kotiliesi*-lehden kansikuvina.⁵⁷³

Matti Kortteinen on analysoinut kiinnostavasti sukupuoliroolien vaikutusta miesten ja naisten työssäkäyntiin sekä kotitöihin suomalaisessa 1970-luvun lähiössä. Kortteinen ei puhu kuitenkaan eurooppalaisen keskiluokan ihanteista, vaan näkee ilmiön jatkumona maaseudulta kaupunkiin tuodulle normistolle. Hänen mukaansa perinteisten talonpoikaisten arvojen soveltaminen tilanteessa, jossa puolisoiden välinen työnjako lepää kokonaan uudella perustalla (palkkatyö – kotirouvuus) johtaa uudenlaiseen perhetilanteeseen, jota leimaa patriarkaalisuuden kärjistyminen, naisen aseman heikkeneminen ja riippuvuuden lisääntyminen. Seurauksena tästä ahdistavasta tilanteesta osa nuorista äideistä lähtee palkkatöihin, josta puolestaan on tuloksena naisen kaksinkertainen työtaakka. Samalla miehen merkitys ja asema joutuvat kyseenalaiseksi, sillä tuloja perheeseen tuova ja kaiken vastuun kodista kantava nainen on perheessä nyt vahvimmassa valta-asemassa. Tähän kriisiytyneeseen tilanteeseen oli kaksi ratkaisua. Ensimmäinen oli se, että mies ”pehmenee” ja ottaa työnjaollisesti isomman osuuden itselleen ja samalla todistaa, että isää tarvitaan perheessä kaikkeen mihin äitiäkin. Toinen vaihtoehto oli uusintaa patriarkaalisuutta tilanteessa, johon sille ei ole enää tuotannollisia perusteita. Useissa keskiluokkaisissa perheissä edellä esitetty kriisi estyi sillä, että nainen ei mennyt palkkatöihin. Kortteinen käyttää suoriutumisen käsitettä keskiluokkaisen miehen roolista. Miehen on suoriuduttava työstään, sillä ilman sitä hänen asemansa perheen rakenteessa murenisi. Jos nainen menisi palkkatöihin taloudellisista syistä, mies olisi epäonnistunut tehtävässään.⁵⁷⁴

Kortteinen tunnisti 1970-luvun lähiöstä kolme ryhmää: kaupunkilaisen työväestön, maalta muuttaneen niin sanotun uuden keskiluokan ja varsinaisen keskiluokan, joka pyrki erottautumaan muista ryhmistä tyylillään ja rakentamalla uskottavan sekä lujan julkisivun tungettelevia ”nousukkaita” vastaan. Taloudellisesti erot alueen perheissä olivat pieniä, joten erottavat tekijät perustuivat tyyliin ja myös tulevaisuuteen suuntautuvaan

⁵⁷³ Karjalainen 1993, 81–96.

⁵⁷⁴ Kortteinen 1982, 180–197, 229–230.

asenteeseen. Keskiluokkaisen perheenisän palkkatyö ei ollut staattisena jatkuvaa työntekoa, vaan ura, jossa pyrkimys oli kohota alati ylöspäin hierarkiassa. Naisen rooli oli olla kotona, vaikka koulutusta arvostettiin myös. Keskiluokan kotirouvat tunsivat usein alemmuudentunteita kotona tekemästään työstä.⁵⁷⁵ Sitä ei mielletty enää samalla tavalla työksi kuin vielä 1950-luvulla, sillä tekemistä ei enää ollut niin paljon ja luokka-asenteeseen liittynyt eristäytyminen lähion muista kotiäitiryhmistä loi yksinäisyyttä.

Loputon paremman tulevaisuuden suunnittelu ja tavoittelu keskiluokan määrittäjänä näkyy myös Juha Siltalan teoksessa *Keskiluokan nousu, lasku ja pelot* (2017). Siltala määrittelee keskiluokan toisaalta varallisuuden ja tulojen kautta, mutta erityisesti jonkinlaisena filosofiana paremman tulevaisuuden saavuttamisesta työtä tehden. Keskiluokkaisuuteen liittyy myös moraalisuus kunnollisuudesta, elämänhallinnasta, omistusasumisesta ja perhesuhteista. Keskiluokkaan samastuneet erottautuivat ylä- ja alaluokista keskituloisina, ei liikaa eikä liian vähän omistavina. Omistus tähtää tulevaisuuteen ja siinä on kyse markkinariskeihin varautumisesta ja niiltä suojautumisesta.⁵⁷⁶

Suomessa asuntovarallisuudesta tuli tällainen keskiluokan selviytymisstrategia. Suomalaisia koteja tutkineen Tiina Huokunan mukaan vielä 1960-luvun alkupuolella vaurastumisesta puhumista hillitsi elintason vaatimattomuus ja kulttuuri, jossa vaurautta ei sopinut tuoda esille, ellei kyse ollut kovalla työllä hankitusta varallisuudesta. 1960-luvun lopulla vaurastumisen merkkejä sijoitettiin kodin seinien sisäpuolelle iloa tuottamaan ja niin, ettei vaurautta tarvinnut näyttää kuin lähipiirille. 1960-lukua kuvaavassa muistitietoaaineistossa korostuu Huokunan mukaan vaatimattomuuden ja köyhyyden lisäksi voimakas omalla työllä eteenpäin meneminen ja muutenkin 1960-luku näyttäytyi dynaamisena muutoksen aikana.⁵⁷⁷

Anni Polva ei määritellyt romaaniensa perheitten luokka-asemaa suoraan. Esimerkiksi hänen kommenttinsa kirjojensa henkilöiden elämästä ja siitä, että kirjoissa tehtiin ”*ihan tavallista pienipalkkaista veroherrojen vainoamaa työtä ja yritettiin kesälomilla pitää*

⁵⁷⁵ Kortteinen 1982, 199.

⁵⁷⁶ Siltala 2017, 30–35, 95.

⁵⁷⁷ Huokuna 2006, 173, 186.

viattomasti hauskaa”,⁵⁷⁸ voisi kuvata yhtä hyvin työväestön elämää kuin keskiluokkaa. Rahaa ei levitellä, mutta siitä ei tunnu olevan kova pulakaan. Keskiluokkaisuudesta viestii perheenäidin rooli ja tietynlainen huolettomuus, joka kirjojen henkilöiden elämää leimaa. Toisaalta Polvan sankaritar on ottamassa usein kantaa työväestön puolesta. Hän ei ehkä itse ollut enää työväestöä, mutta ehkä hänen vanhempansa olivat olleet.

1950-luvun maailmassa rahaa ei kenelläkään ollut ylenpalttisesti. Kun työkaverit lähettävät pääkirjanpitäjä Elsan etsimään lomakohteeseen miestä itselleen, jokainen lainaa matkatavaroihin jotain ”hienoa”. Tai kun kotirouva Lulu raataa kesämökillä aviomiehen kutsumien mökkivieraiden kestitsemiseksi, hän joutuu tekemään kaiken käsin ja itse. Polvan perheillä ei ole kotiapulaisia eikä luksuskoteja. Niissä romaaneissa, joissa kuvataan avioliittoa, perheenäiti tekee kotityöt itse tai lasten avustamana. Huumoria rakennetaan tilanteista, joissa perheenisä joutuu hoitamaan kotityöt. Rahaa ei ole liikaa, mutta se ei myöskään ole kovin suuri ongelma.

Ennen kaikkea Polvan teokset olivat täynnä arkea. Kirjoissa keitetään ja juodaan valtavat määrät kahvia, tiskataan astioita, komennetaan lapsia, siivotaan huoneita, pudistellaan pölyjä ja harmitellaan hajonneita sukkia. Arjen kuvaukset tulevat esille yleensä päähenkilön tekemisten kuvaamisessa. Tarinoissa toistuu osaamisen teema. Joko sankaritar osaa jotain ja briljeeraa tällä osaamisellaan, tai hän ei osaa jotain ja opettelee asian. Osaaminen on myös asia, joka kiinnittää romanttisen ja mielikuvituksellisen koomiseksi muodostuvan tarinan todellisuuteen ja arkeen. Osaamisella hurmataan ja osaamisen puutteita hävetään.

Osaamista esiintyy monenlaisissa konteksteissa. Maalle työpalveluun lähtenyt sankaritar opettelee uutterasti maatilán töitä. Ylioppilastyttö opettelee ajamaan autoa. Konttorin pääkirjanpitäjä opettelee laittautumaan hepenillä kauniiksi ”iskeäkseen” miehen. Kotirouva opettelee leipomaan ja laittamaan ruokaa. Lukijoiden tunnistamisen kannalta on oleellista se, että sankarittarelta puuttuva osaaminen on jotain, joka saattoi olla teosten lukijoilla hyvin hallinnassa, ehkä autolla ajoa lukuun ottamatta.

Oppimisen lisäksi osaaminen näkyy kirjoissa myös sankarittaren jo olemassa olevina taitoina. Polvan sankaritar on tyypillisesti kouluttautunut nainen. Hän voi olla ylioppilas

⁵⁷⁸ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

tai käynyt esimerkiksi kauppaopiston, opiskellut sairaanhoitajaksi tai lastentarhanopettajaksi. Tarinoiden sankari puolestaan on lähes aina jo töissä ja ammatissa, yleensä jonkinlaisena konttorin johtajana tai muuna ylempänä toimihenkilönä tai maaseudulla tilanomistajana. Sankarin osaamiseen ja ammattiin viitataan vain vähän, juuri sen verran että lukijalle tulee selväksi tämän hyvä, usein keskiluokkainen tai vähän korkeampi asema yhteiskunnassa.

Useissa teoksissa sankarittaren osaamiseen yhdistyy myös klassinen naamioitusjuoni, jossa sankaritar esiintyy ”alemman” osaamistason hommissa, esimerkiksi piikana tai siivoojana. Näin osaaminen on osa roolipeliä, joka tuo kertomusten luokka-asetelmat näkyviin. Ei kuitenkaan aivan samoin kuin monissa 1930-luvun kotimaisissa elokuvissa – joissa arvostus kytkeytyy usein sankarin oikeaan ammattiin tai asemaan.⁵⁷⁹ Polvan tarinoissa sankarittaret asettuvat teoillaan ja sanoillaan yleensä työntekijän, siivoojan tai piian puolelle ”rikkaita” vastaan. Puhevuoro on enimmäkseen silti ”konttorin väellä”, mutta joissain kirjoissa Polva on antanut äänen myös siivoojille ja erityisesti maaseudun palvelusväelle. Useammin kuitenkin sankaritar esiintyy piikojen äänitorvena.

Osaaminen on tarinoissa myös asia, jolla osoitetaan aitoutta tai valheellisuutta, näytetään puolin ja toisin omaa paremmuutta sekä yritetään saavuttaa ihannetta tai normia. Usein tämä normi ja ihanne on keskiluokkainen kotirouvan asema. Esimerkiksi pääkirjanpitäjän työ on varmasti hyvin haastava ja vaatii osaamista, silti romanihenkilö heittää tuon ammatinsa sen suurempia miettimättä yli laidan avioliiton tieltä. Välittämättä sankarittaren opiskelluista ammateista, kotiäidin ja kotirouvan ura on se, johon sankaritar päättyy.

⁵⁷⁹ Esimerkiksi Valentin Vaalan ohjaama elokuva *Rikas tyttö* (1939), jossa työmiehenä esiintyvä insinööri rakastuu laivanvarustajan tyttäreeseen tai Risto Orkon ohjaama *Siltalan pehtoori* (1934), jossa kartanonomistaja palkkautuu vedonlyönnin seurauksena valenimellä ja tittelillä pehtoriksi. *Rikas tyttö*. Suomen kansallisfilmografia, Elonet-verkkosivusto, <https://elonet.fi/fi/elokuva/119541>. Viitattu 20.5.2018; *Siltalan pehtoori*. Suomen kansallisfilmografia, Elonet-verkkosivusto, <https://elonet.fi/fi/elokuva/117687>. Viitattu 20.5.2018.

5.4 Tie miehen sydämeen

Keskiluokkaisen naisen paikka kodin kynttilänä ja kotiäitinä näyttäytyi Polvan romaaneissa toisaalta juonellisena huipentumana ja toisaalta Polva loi komediaa kirjoittamalla naisista, jotka eivät sopineet tähän rooliin kovin luontevasti.

Polvan esikoisromaanista *Rakasta minua hiukan* tutut päähenkilöt Lulu ja Antti jatkoivat tarinaansa vastaviihittynä avioparina romaanissa *Anna suukko, kultaseni* (1946). Tässä tarinassa Lulu on irtisanoutunut Antin vaatimuksesta työstään konttorissa heti kihlauspäivän jälkeen. Hääpäivänä Lulu pohtii sitä, miten ero konttorista ja työkavereista kivittää häntä, mutta kokee ajatuksen elämisestä ”ainaisesti” yhdessä Antin kanssa korvaavan menetyksen monin kerroin. Kotityöt eivät Lulua kuitenkaan kiinnosta.⁵⁸⁰

Lulun päätyö on pitää koti järjestyksessä ja aviomies ruokittuna, mutta tämä osoittautuu vaikeammaksi kuin Lulu oli ajatellutkaan. Haastavinta on ruoanlaitto, sillä aterioita pitää valmistaa päivässä kaksi: lounas, jonka Antti käy syömässä kotona ja päivällinen Antin palattua töistä kotiin. Avioliiton ensipäivinä Lulu lähtee jännittyneenä, luultavasti ensimmäistä kertaa elämässään, hankkimaan ruoka-aineita torilta. Hän ihmettelee tavarapaljoutta ja ostaa mitä muut naiset ostavat. Ensimmäinen ateria on kuitenkin fiasko ja päättyy roskalaatikkoon. Antille hän ei tätä paljasta, vaan selviytyy usean viikon ajan hankkimalla valmiita laatikkoruokia ja antaa ymmärtää tehneensä ruoan itse.⁵⁸¹ Lopulta Antti kyllästyy laatikkoruokiin ja vaatii muuta syötävää. Aviomiehen vaatimukset ja komentelu raivostuttavat Lulua.

Romaanin rakenne kietoutuu Antin ja Lulun riitojen ja sovintojen aallokkoon. Varsinkin Lulu joutuu jatkuvasti sovittamaan ajatuksiaan ja odotuksiaan kotirouvan arkeen ja oletettuun tehtäväkenttään. Sankarittaren epätoivoinen taistelu kyetä olemaan kunnollinen aviovaimo on kuvattu humoristisesti. Toisaalta hyvin arkiset tilanteet ja ehkä lukijoille tuttu ristiriita aviopuolisoiden ihanteellisten roolien ja arjen todellisuuden välillä on hyvinkin saattanut tarjota lukijoille tarttumapintaa ja mahdollisuuden nauruun. Kun Lulu esimerkiksi valmistaa ruusumarjakiisseliä jokainen keittiötöitä ja ruoanlaittoa

⁵⁸⁰ Polva (1946) 1973, 27.

⁵⁸¹ Polva (1946) 1973, 65–66.

tunteva lukija tietää heti mitä on tapahtumassa, askelen ennen sankaritarta. Tämä on Polvalle tyypillinen tapa rakentaa tarinaa ja siihen huumoria.

Lulun oppimismatka rinnastuu myös aikaisempaan työhön konttorilla, kuten seuraavassa katkelmassa, jossa Lulu perkaa ensimmäisen kerran elämässään silakoita:

*”Milloin kalat katkeilivat keskeltä poikki, milloin sisuksista jäi puolet tulematta ulos tai koko elukka repesi kappaleiksi. Hän oli varma, että ehtisi naputtaa pari englanninkielistä tilauskirjettä siinä ajassa, mikä kului yhden silakan siivoamiseen.”*⁵⁸²

Syksyn myötä Lulu alkaa kaivata takaisin töihin. Antti ei ota tätä kuuleviin korviinsa. Polva on kirjoittanut Antin perustelemaan vaatimuksensa status-näkökulmalla. Muut saattaisivat luulla, että Antilla ei ole varaa elättää vaimoaan, ja lisäksi tätä harmittaisi jos koti olisi tyhjä hänen tullessaan töistä.⁵⁸³ Lopputuloksena Lulu päättää niellä kiukkunsa ja opettelee ruoanlaittoa. Lulun ja Antin tarina jatkui vielä muutamassa muussa kirjassa 1970-luvulle asti, kuvaten perhe-elämää ja avioliiton ristiriitoja ja mustasukkaisuutta.

Kun 1940-luvun romaaneissa Lulu vielä taipui tekemään kotityöt, oli 1953 julkaistussa *Minäkö muka mustasukkainen?* -romaanissa pariskunnan työtapaino jo horjumassa. Romaanissa kotiorjan rooliin uupunut Lulu on perheineen kesämökillä, jossa työkuorma on entistä suurempi. Lisätyötä teettää Antin mökille kutsumat ystävät. *”Lulussa iti ja kasvoi saarella syntynyt suunnitelma. Hänen oli päästävä tuulettumaan. Seitsenvuotisen vankeuden jälkeen se oli aivan välttämätöntä. Hän tarvitsi sitä. Hän näivettyisi muuten. Hankalinta vain oli saada myöskin perhe tajuamaan se.”*⁵⁸⁴

Lulu päättää ensimmäisen kerran seitsemään vuoteen pitää omaa lomaa ja lähtee kaupunkiin. Tästä alkaa toisenlainen oppimismontaasi, jossa tällä kertaa opettelijana on Antti. Hän joutuu tekemään lapsille ruoan ja siivoamaan. Polva rakentaa huumoria muun muassa siitä, miten Antti lasten vaatimuksesta alkaa leipoa pullaa. Anneli, pariskunnan tytär, kommentoi pikkuvanhasta isänsä osaamattomuutta:

⁵⁸² Polva (1946) 1973, 68.

⁵⁸³ Polva (1946) 1973, 106.

⁵⁸⁴ Polva (1953) 1967, 87.

*”Et sinä isä oikein osaa ruokaa laittaa, julisti Anneli säälivänä tyhjennettyään lautasensa. Sinun on paras tehdä vain rahaa. Hetken hän istui vakavana kädet helmassa ja julisti sitten äidiltä oppimansa totuuden: Ei miehistä ole sitten mihinkään. Ellemme me naiset huolehdi heistä, niin nälkään ja kylmään he kuolisivat.”*⁵⁸⁵

Tässä lapsen esittämässä huomiassa tiivistyy paljon Polvan huumorista ja kirjojen maailman mentaliteetista. Nainen on kirjoissa toimija, osaaja ja voittaja – siitäkin huolimatta, että hän on sidottu kotiin, moniin odotuksiin ja lisäksi vielä metatasolla romantiikan ja romanttisen kirjallisuuden konventioihin.

5.5 Nainen ratissa

Kaupunkilaisuudesta ja trendikkyudesta kertoo romaani *Rakkaus ajaa ojaan* (1965). Tässä tarinassa on päähenkilönä nuori maaseudulta kotoisin oleva ”ylioppilastyttö” Helka, joka saa haltuunsa äitinsä arpajaisissa voittaman auton, kunhan ajaa ensin ajokortin. Helka muuttaa kesäksi kaupunkiin käydäkseen kesäyliopiston kursseja sekä autokoulua. Romaanin rakkaustarina rakentuu Helkan ja hänen ajo-opettajansa, myös maalta kotoisin olevan Aten rakkaustarinaksi. Samalla Polva käsittelee monenlaisia naisia ja autoihin liittyviä kliseitä ja ennakkokäsityksiä sekä rakentaa tarinasta autofarssin.

Kirjan teemana autoilu oli 1960-luvulla trendikäs aihe, sillä onhan vuosikymmentä sanottu autoilun ja television vuosikymmeneksi.⁵⁸⁶ Autoilu oli vielä suhteellisen harvinaista. Vuonna 1967, kaksi vuotta Polvan kirjan jälkeen, helsinkiläisistä naisista vain 21 % oli ajokortti ja Gallup-kyselyssä selvitettiin ajokortittomien naisten kiinnostusta lähteä autokouluun. Syynä oli auton tarve työ- ja kauppamatkoille ja se, että naapurin rouvallakin oli kortti. Esteenä kortin ajamiselle oli raha ja se, että yksi kuljettaja perheessä riitti. Moni myös ajatteli miesten ajattelevan, että ”ei siitä mitään tule”.⁵⁸⁷ Yleinen Autoliitto oli järjestänyt vuodesta 1959 alkaen maanlaajuisen naisten autokilpailu -kampanjan, jossa valittiin Vuoden Autonainen. Kampanjaan kuului 95 paikalliskilpailua,

⁵⁸⁵ Polva (1953) 1967, 100.

⁵⁸⁶ Heinonen & Kontinen 2001, 139.

⁵⁸⁷ Lotti 2006, 51.

12 maakuntakilpailua ja valtakunnallinen loppukilpailu. Paikalliskilpailuissa oteltiin muun muassa talli-, pujottelu-, jarrutus- ja pysäköimiskokeissa. Kampanjan mainoskuviissa esiintyi Lenita Airisto Peugeotin kera.⁵⁸⁸ Vuoden Autonainen -kilpailu Autoliiton markkinointikampanjana toimi, sillä kilpailua jatkettiin ainakin vuoteen 1967 saakka.

Rakkaus ajaa ojaan -kirjan juoni rakentuu pääasiassa sankariparin romanssille, mutta tällä kertaa romanssi on rakennettu lähes kokonaan autoiluteeman ympärille. Päähenkilö Atte tulee kuvatuksi fiksuna nuorukaisena, jonka isä haluaisi tämän opiskelevan metsänhoitajaksi, ja joka itse haluaisi mieluummin aloittaa heti maatalon työt kuluttamatta yliopiston penkkejä. Lukijalle tulee heti selväksi, että Atte ihastuu Helkaan ensi tapaamisella. Romanttisen tarinan konvention mukaan pari ei tunnista toistensa ihastumista, vaan juoni kulkee väärinkäsityksestä toiseen. Helka on hyvin sievä ja monet muutkin kuin Atte kiinnostuvat hänestä ja varsinkin Helkan upouudesta autosta. Punainen auto vetää miehiä sekä lähikulmien pikkupoikia puoleensa kuin magneetti. Ihmetystä aiheuttaa se, onko naisesta autoilijaksi. Autokoulussa Helkan opiskelijakollega julistaakin heti alkuun:

*”Kaikki naiset pökertyvät ensimmäisellä ajokerralla, eikä ajo niiltä koskaan oikein kunnolla käykään. Vaaratilanteessa ne menevät heti veteliksi ja tekniikasta ne eivät tiedä yhtään mitään. Jos sinun akkusi alkaa piiputtaa ja tuuletushihna menee poikki, niin miten luulet pärjääväsi, vaikka olisit käynyt viisi vuotta autokoulua. Tielle jäät kuin nalli ja saat heilutella peukaloitasi ohi ajaville miehille. Teidän naisten olisi viisainta tyytyä vain miesten kyytiin (...)”*⁵⁸⁹

Helka yrittää parhaansa, mutta lähtökohdat oppimiselle ovat epäedulliset. Ajokoulun teorialtunti masentaa hänet.

”Luennoitsija puhui ensimmäisellä tunnilla vain yleisistä määräyksistä ja uteli, mitä tiet ja ajoväylät olivat, mutta seuraavalla tunnilla opetus muuttui. Naiset saivat tuntea

⁵⁸⁸ Toivonen, Panu: Vuoden autonainen. Kiinnostava myös tiedotuskampanjana. *Mainostaja* 2/1959.

⁵⁸⁹ Polva 1965, 99.

olevansa lehmääkin tyhmempiä, kun taas miehet loistivat. Keskustelu kiersi moottoreita ja muita mutkikkaita vehkeitä.”⁵⁹⁰

Ajo-opettajana Atte uskoo Helkan oppimiseen, eikä esitä epäilyjä naisten kyvystä oppia ajamaan autoa. Tässä suhteessa Atte on hyvin samankaltainen hahmo kuin muissakin Polvan romaaneissa. Sankari yleensä aina olettaa, että sankaritar oppii työn, josta on kyse, vaikka opiskeluaika olisikin täynnä riitaa ja nahistelua.

Autoilu ei ole Helkalle helppoa. Kuten autokoulukollega ennustaa, Helkakin menee vikatilanteissa paniikkiin, mutta sinnikkyydellä sekä Aten tukemana selviytyy ja oppii. Polva kuvaa ajo-opettelun hämmästyttävän hyvin noloine tilanteineen, itseuskon menetyksineen ja ”vaikeuksien kautta voittoon” -asenteella pärjäämisensä. Muiden autokoululaisten kateudeksi ja ihmetykseksi Helka pääsee sekä teoriakokeesta että insinööriajosta vaivatta läpi ja saa ajokortin. Ensimmäisten haparoivien automatkojen jälkeen Helka on valtansa huipulla ja onnellinen. Tässä Polva on ollut ajan hermolla, sillä autoilu jos mikä oli 1960-luvulla itsenäisyyden symboli.

Kun romantiikan tyyppitarinan käännekohtassa sankaritar katoaa ja pakenee tunnekuohussa sankarilta, *Rakkaus ajaa ojaan* -romaanissa tämä asetelma on nurin niskoin. Katoamistempun tekeekin mies. Aten tunteista tietämätön Helka päättää herättää Aten kiinnostuksen värväämällä opiskelijaystävänsä yliopistolta esittämään sulhaskandidaattia. Hän ajeluttaa valesulhastaan pitkin kaupungin katuja ja yrittää löytää mahdollisimman usein Aten ajoreiteille. Juoni ei toimi, sillä Atte ei ymmärrä Helkan peliä, vaan lähtee suuttuneena takaisin maalle nähdessään valesulhasen. Aten kadottua kaupungista epätoivoinen Helka alkaa pakkomielteisen etsinnän autollaan. Hän väijyy Aten asunnon edessä, ajelee kaupunkia ristiin rastiin ja kiertää autokoulua ympäri, kunnes autokoulun henkilöstö alkaa jo nauraa Helkan nähdessään.

Lopulta murheen murtama Helka saa tietää Aten lähteneen takaisin kotiin ja päättää itse lähteä ”vain vilkaisemaan” miltä Aten kotipaikka näyttää. Helka ajaa yötä vasten maaseudulle. Romanttinen tarina saa huipentumansa, kun Helka lopulta näkee Aten kävelevän maantiellä ja menettää täydellisesti kontrollin, mikä symboloituu auton

⁵⁹⁰ Polva 1965, 121.

hallinnan menetyksenä. Helka ajaa hiuksenhienosti Aten ohi suoraan ojaan. Helkan ja auton tarina päättyy.⁵⁹¹

”Luulemiset ja selittämiset loppuivat, kun Helka tunsu käsivarret ympärillään ja näki yläpuolellaan aamusinisen taivaan. Valkeat pilvipallot seisoivat hetken alallaan, sitten ne alkoivat vinhasti pyöriä.

- *Sinulta pitäisi ottaa ajokortti pois lopuksi ikääsi.*
- *Enhän minä sitä enää tarvitsekaan.*

*He sinetöivät yhteisymmärryksen ja pilvet pyörivät entistä vinhemmin.”*⁵⁹²

Polvan romaanit päättyvät, kuten romantiikan kaavaan kuuluu, yleensä sopuun ja suudelmiin. Lukijan tulkittavaksi jää se, onko Helka tosissaan lopettamassa autoilun. Kirjan lopun ja Helkan mietteet voi hyvin tulkita myös metaforaksi rakkauden löytymisestä ja siitä, että metsästäjä on viimein saanut saaliinsa, eli Helka Aten.

5.6 Ihannenaaiset ja miehet

Kun Anni Polvaa pyydettiin pitämään vuonna 1954 esitys kirjailijamatineassa, jossa hän olisi ainoa naisesiintyjä, Polva päätti rakentaa puheensa sukupuoliroolien varaan. Hän suunnitteli aloittavansa muutamalla vakavalla lauseella, jotka sitten voisi kääntää leikiksi. Puheen aiheena oli se, mistä hän haluaisi kirjoittaa, jos hänellä vain olisi aikaa paneutua vaativaan aiheeseensa: miehiin ja heidän erinomaisuuteensa. Kustantajalleen Polva kuvaili valitsemaansa aihetta hyväksi siksi, että siinä tarjoutuisi ainoana naisesiintyjänä mahdollisuus *”antaa vastakkaiselle sukupuolelle hiukan kirpeää satikutia”*.⁵⁹³ Kyseistä puhetta ei ole säilynyt, mutta jo aiheen valinta tiivistää Polvan romantiikan toistuvan teeman: sukupuoliroolien korostamisen ja omalla tavallaan niiden karnevalisoinnin huumorin keinoin. Polvan kirjat olivat lähtökohdiltaan kirjoitettu naisen näkökulmasta ja ne olivat naisen voittotarinoita. Voittona oli joko avioliitto tai jo olemassa olevan

⁵⁹¹ Polva 1965, 282.

⁵⁹² Polva 1965, 282.

⁵⁹³ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 31, Jäljennös, Anni Polviander Arvi A. Karistolle 3.11.1954.

aviomiehen pitäminen, ja siinä matkan varrella lukuisten miesten turhamaisuuksien ja toiminnan kustannuksella pilailu.

Polvan romaaneissa päähenkilö on aina nainen. Tarinan toiminnan kohde, perinteiseen romanttisen tarinan tyyliin, on mies. Romaanien nais- ja mieskuva on tuttu monista elokuvista ja kirjoista 1920- ja 1930-luvuilta, vaikka sen juuria voikin etsiä paljon kauempaa romantiikan lajityypin historiasta. Tyypillinen Polvan sankaritar on ulkonäöltään ja luonteeltaan muihin verrattuna poikkeuksellinen. Ei ollut Polvan keksintö, että romanttisen tarinan sankarittaret ovat yleensä muuta romaanin henkilökaartia viehättävämpiä tai ainakin jollain lailla ulkonäöllään erottuvia. Sankarittaren kauneus on perua jo hyvin kaukaa romanttisen tarinan juurilta, balladeista ja saduista. Polvan romantiikassa kuitenkin kiinnittää huomiota paikoin suorastaan yletön ulkonäköön keskittyminen ja ihmisten määrittely sen mukaan miltä he näyttävät.

Tarinoiden sankari kuvataan muun muassa 1930-luvun Hollywood-elokuvista tutuksi sankarimieheksi. Ammatit ja ympäristöt voivat vaihtua, mutta sankari on yleensä samanlainen pitkä ja komea, sankaritarta hiukan vanhempi ja vakiintuneemmassa yhteiskunnallisessa asemassa oleva. Olennaista on, että hän ei ole komea vain sankarittaren mielestä, vaan kaikkien muittenkin naisten. Polvan esikoisromaanissa *Rakasta minua hiukan* (1945) päähenkilö Lulu näkee unta ihannemiehestään ja kuvaa tämän ystävälleen Kertulle:

”Pitkä kuin kelohonka ja tumma ja tulinen. Minä en löydä sanoja hänen kuvaamiseksi. Jos sellainen ilmestyisi eteeni, söisin hänet elävältä.

- *Sinähän olet tähän asti aina halveksinut miehiä rakkaudenkohteina. Mistä nyt tämä mielenmuutos?*
- *Minä olenkin ajatellut silloin tavallisia miehiä, mutta tämä oli yliveto ihannemies.*
- *Unikuva!*
- *Niinpä niin, muoriseni, mutta hänessä minulla on mittapuu, jolla mitata aviomiesehdokasta itselleni.*
- *Ellei löydy?*

- *Pysyn vanhanapiikana kissoista huolimatta.*⁵⁹⁴

Millainen aito mies ei ole, tulee kuvatuksi esimerkiksi romaanissa *Kelpaanko sinulle?* (1950), jossa nuori Pirkko-sankaritar analysoi Poikaa, jonka kanssa on käynyt treffeillä. Hän inhoaa Pojan ”lammasmaista tuijotusta”:

*”Tuollaisiako lipaisujako hänen olisi kestettävä koko iltayö ja mokomaa haaveellista huohotusta ja jumaloivaa tuijotusta! Ei, ei kelvannut. Terästä siinä piti olla ja tuntuva tupakantuoksu mukana, puhumattakaan sellaisesta parransängestä, että tuntisi oitis miehen olevan vastassaan. Ihanhan nuo huulihaituvat toivat pikkuvauvan mieleen*⁵⁹⁵

Liian laitettu ja muodikaskaan mies ei kelpaa. Näitä hahmoja karnevalisoidaan useammassakin kirjassa. Esimerkiksi *Kelpaanko sinulle?* romaanissa sankarittaren äitipuolta liehittelee elähtäneeksi kuvattu näyttelijämies. Usein tällainen lipevä ja parfymoitu keikarihahmo näyttäytyy tanssiravintolassa tai muuten tansseissa. Aito mies ei Polvan kirjojen henkilögalleriassa ole tanssivaa tyyppiä.

Kirjojen sankareilla on samankaltainen ulkonäköön pohjautuva naisihanne. Sankarittaren viehättävyys ja ulkonäkö kiinnittävät huomion, samoin näiden räiskyvä temperamentti. Niin sanottujen rumien tai ”arkisen näköiseksi” kuvattujen naisten roolit on jaettu sivuhenkilöille. Heidän mahdollisuutensa päästä avioliittoon ovat vähintäänkin haastavat. Esimerkkinä *Minäkö muka mustasukkainen?* -romaanista (1953) sankaritar Lulun entinen työtoveri Elli, joka haluaisi kovasti saada konttorin johtajan, Ukon, kiinnostumaan itsestään. Lulu tukee Ellin suunnitelmia, mutta hänen miehensä Antti ei näe tässä järkeä. Lulu kysyy mieheltään, mikä vika Ellissä sitten on, onhan tämä ”*kaikinpuolin kiltti, kultainen ja taloudellinenkin*”. Antti vastaa, että nyt ei ole kyse taloudenhoitajasta vaan aviovaimosta: ”*Hänhän on rypistynyt ja hapan kuin vanha omena. Mitä iloa ja silmänruokaa miehellä sellaisesta on!*”⁵⁹⁶

⁵⁹⁴ Polva (1945) 1988, 20–21.

⁵⁹⁵ Polva (1950) 1979, 130.

⁵⁹⁶ Polva (1953) 1967, 74–75.

Ellin suruksi hänen ja Lulun ovelat suunnitelmat eivät tepsivät ja Ukko jatkaa poikamiehenä. Polva tosin palasi tähän vielä myöhemmässä Lulun ja Antin avioliittoa kuvaavassa kirjassaan, ja silloin Ellilläkin käy lopulta ”flaksi”.

Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia -lehdessä kuvailtiin 1948 sekä Aino Räsänen *Helena* että Polvan romaanien naista. Helenasta kuvattiin hahmon sisäinen kasvu ja se, miten Räsänen kuvaa rakkauden ”(...) kaikkivoittavaksi, ihmeelliseksi, iäti kestäväksi ja melkein sadunomaiseksi tunteeksi”.⁵⁹⁷ *Helena*a kehutaan omalaatuisimmaksi ihannetyypiksi todellisesta monisäikeisestä naisesta, joka löytää vähitellen paikkansa ”*elämän mutkikkaalla tiellä*”.⁵⁹⁸ Samassa julkaisussa kuvataan Anni Polvan romaanin juonta seuraavasti: ”*Kirjakaupan konttorineiton joutuu uudenvuodenaattona puuhailemaan vähittäismaksutilien kimpussa myöhään ja päättää hommata itselleen miehen karkausvuonna, eikä se olekaan ihan tavallinen mies, vaan oikea Apollo ja lisäksi vuorineuvoksen ainoa poika.*”⁵⁹⁹

Jo edellä kuvatuissa markkinointiteksteissä näkyy Polva-kirjoille tavoiteltu erilainen mielikuva sankarittaresta verrattuna traagiseen ja romanttiseen Helena-sarjaan. Polvan päähenkilö päättää hommata itselleen miehen samalla kun Helena kasvaa kaiken voittavaan rakkauteen. Helenan voi tulkita esittävän romanttista rakkautta sen perinteisessä muodossa, kun taas Polvan sankaritar elää romanttisen komedian hahmona.

Ainakin yhdessä Polvan romaanissa oli mieshenkilöhahmo, joka sai kustantamon toimitusjohtajan Arvi A. Kariston hermostumaan. Kyseessä oli teos *Rakkaus rasittaa* (1955). Kirjan juonessa vanhempi liikemies ihastuu nuoreen naiseen tietämättä, että kyseessä on hänen poikansa morsian. Vanhemman miehen hullaantuminen on kuvattu humoristisesti ja miehestä on maalattu farssimainen kuva. Karisto moitti teosta siitä, että tarinasta puuttui todellisuuspohja. Hän moitti sitä, miten sulhasen isä näytetään täydellisenä ”hoopona”, vaikka hänet samalla mainitaan liikemieheksi ja useiden yhdistysten kunniajäseneksi. ”*Sellainen mies, joka elämässään on saavuttanut paljon arvonantoa, joutuu yhtäkkiä enemmittä perusteluitta seuraamaan nuoren tytön*

⁵⁹⁷ Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia, 1948.

⁵⁹⁸ Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia 1948.

⁵⁹⁹ Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia 1948.

kaikenkaltaisia hullutuksia, voimistelu – y.m. temppuja, kuin nuori, kokematon mies, lainkaan ajattelematta, että hän on yli 50-vuotias, tunnustusta saavuttanut vakava liikemies."⁶⁰⁰ Karisto itse oli tuolloin yli 70-vuotias liikemies ja ollut mukana monien eri yritysten hallituksissa sekä yhdistyksissä puheenjohtajana.⁶⁰¹

Jokin henkilöahhmossa oli luultavasti osunut Karistoon, sillä oheisten kommenttien lisäksi hän puuttui käsikirjoitukseen vielä toisessakin kirjeessä. Polva väitti tähän vastaan kertoen, että raha ja liikemiesjärki asuivat *"joskus hyvinkin raa'assa maassa"*. Hän puolusti hahmoaan sanomalla, että tämä oli tyypitelty oikeasta maailmasta. Hän puolusti myös kirjan juonta uudenaikaisena. Aina ei tarvitsisi olla sama asettelu, jossa olisi kaksi komeaa miestä ja yksi sanavalmis nätti tyttö. Polva kuitenkin myönsi, että ulkonäköasia oli oltava mukana, muuten putoaisi pohja hänen tyyliltään. Polva itsekin tiedosti, että tarinoiden keveys ja harmittomuus edellyttivät tarinoilta ulkonäkökeskeisyyttä.⁶⁰² Karisto palasi tähän vielä kerran mainiten, että *"Tästä asiasta ei kannata enempää tuumitella, tulin sen vain maininneeksi, kun mielestäni miehen ei olisi tarvinnut olla monien seurojen kunniajäsen"*.⁶⁰³

Kariston reaktion perusteella Polvan kepeät ja hassut juonet saattoivat oikeasti ärsyttää muita kuin heitä, joille Polva oli tekstinsä suunnannut. Oletukseni on, että Polvan huumorilla oli suuri merkitys teosten suosiossa, niiden kohtaamassa kritiikissä ja niiden lukutavassa.

Polvan romaanit kertovat omalla tavallaan samaa tarinaa kuin monet ennen toista maailmansotaa julkaistut elokuvat ja ajanvieteromaanit. Myös lukutavasta on kiinni, miten Polvan ulkonäkökeskeisyyttä analysoi eli oliko hän tosissaan vai karnevalisoiko hän varsin ulkonäkökeskeisiä 1950- ja 1960-lukuja. Edellä viitattu Polvan kommentti

⁶⁰⁰ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 11.8.1955.

⁶⁰¹ Merkkipäiviä. *Suomen Kirjakauppalehti* 14/1949. Arvi A. Karisto oli puheenjohtajana ja hallituksessa muun muassa Suomen ampujainliitossa ja Suomen Teollisuusvaltuuskunnan Keskuskomiteassa sekä Hämeenlinnan Suomalaisessa Säästöpankissa ja Etelä-Hämeen Säästöpankki-yhdistyksessä.

⁶⁰² KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Anni Polviander Arvi A. Karistolle 11.8.1955.

⁶⁰³ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Arvi A. Karisto Anni Polvianderille, 29.8.1955.

Arvi A. Karistolle tarinoiden rakenteesta ja "ulkonäköasiasta" viittasi siihen, että Polva käytti ajan viihdetarinoiden stereotypioita hyväkseen omissa kirjoissaan.

Polva rakensi romaaneissaan myös huumoria naisten aloitteellisuudesta. Esimerkkinä debatti, jota 26-vuotias Elsa käy mielessään uimarannalla, romaanissa *Etsin miestä itselleni*:

"(...)ei vanhojapiikoja synny, vaan niitä kerääntyy ajojahtiin kyllästyvistä ja peräänantavista naistyypeistä.

– Mutta eikö asia ole niin, että miehen on ajettava takaa ja naisen paettava häntä.

– Niinhän se oli ennen ja niinhän sen kai pitäisi olla vieläkin, mutta koska miehet eivät aja, niin minkäs teet. Ne ovat saaneet nykyaikana jäniksen luonnon itselleen.

– Meidän naistenko sitten pitäisi ruveta ilveksiksi. Minä ainakin olen liian vanha sellaisiin hassutuksiin."⁶⁰⁴

Lopulta Elsa kävelee kantapääät verille ihastuksensa perässä pitkin metsiä, piilottautuu tämän sohvan alle salakuuntelemaan ja väijyy pensaikossa seuraamassa tätä. Elsa todellakin alkaa metsästää.

Polvan huumorin kohde on vaikeasti tulkittava. Toisaalta se on yhteiskunta, jossa naisten ja miesten edellytetään käyttäytyvän tiukkojenkin sukupuoliroolien mukaan ja toisaalta nainen, joka on valmis tekemään mitä tahansa saadakseen miehen. Polva rakentaa runsaasti huumoria myös miehistä, jotka välillä näyttäytyvät saamattomina tallukoina ja välillä jonkinlaisina alfauroksina. Polvan kirjojen nais- ja mieskuva on joka tapauksessa hyvin erilainen kuin perinteisessä romanttisessa kuvastossa. Polvan naishahmo on myös erilainen kuin vaikka 1920-luvun uutta naista edustava kirjailija Hilja Valtosen sankaritar. Valtosella sankaritar oli toimielias ja moderni polkkatukassaan, mutta ei koskaan Polvan päähenkilöiden tapaan näin selkeästi ja usein jopa konkreettisesti saalistanut tavoittelemaansa miestä. Polvan nainen on usein aktiivinen subjekti ja tavoiteltu mies joko ihailtu ja tavoiteltu tai humoristisesti kuvattu "jäniksen luontoinen" objekti.

⁶⁰⁴ Polva 1957, 45–46.

Polvan naiset eivät odottele sulhasta kotona, vaan toimivat ja osaavat ottaa aloitteen itselleen, tai ainakin luovat olosuhteet kohtaamiselle. Aina aktiivisuutta ei kuitenkaan suvaita.

*”Railan olisi, totta puhuen, tehnyt mieli ottaa häntä korvista kiinni ja muiskauttaa reippaasti keskelle suuta, mutta sai onneksi hillityksi oma-aloitteisuutensa. Ties vaikka Lauri tipauttaisi hänet keskelle öistä maantietä, jos hän muuttuisi liian aktiiviseksi.”*⁶⁰⁵

Kun kirkonkellot olivat soineet, aktiivisuus olikin sallittua. Vastaviihitty sankaritar Lulu hermostuu mieheensä, kun tämä lukee hotellihuoneessa keskittyneenä aamulehteä, eikä reagoi puheeseen. Lulu nappaa häneltä lehden ja suutelee miestä.

*”Sitä vartenko hän oli mennyt naimisiin, sitä varten jättänyt hyväpalkkaisen toimensa ja sitä varten rytyyttänyt sekajunassa halki puolen Suomea, että saisi istua ja huokaila yksinään kuin ikäloppu vanhapiika tanssisalin nurkassa. Ei totisesti! Asiaan oli otettava toinen puhti alusta alkaen.”*⁶⁰⁶

Teoksista paljastuu myös tema, jota voisi nimittää aitoudeksi. Aitous läpäisee monta tasoa romaaneissa, eikä vähiten romanttisen tarinan ytimeen kuuluvaa rakkausvalintaa eli sitä, kuka päätyy rakkauden kohteeksi. Monessa romaanissa rakkauden kohde valitaan aluksi pelkän ulkonäön perusteella, mutta tämän jälkeen alkaa sankarin ja sankarittaren välinen tasapainoilu, jossa selvitetään toisen aitous. Varsinkin miehen näkökulmasta on tärkeää, että nainen on aito siten kuin tavoitteellisen ihannekuvan mukaan kuuluisi olla.

Romaanissa *Etsin miestä itselleni* (1957) on kyse valepuvuista ja aidon ihmisen tunnistamisesta valeasujen alta. Kesäloman kynnyksellä eräs konttorin ”tytöistä” keksii oivan keinon, jolla voi saada aviomiehen: Kaikki osallistuvat kolehtiin ja yksi heistä pääsee näillä rahoilla lomalle hienoon kylpylään, jossa hän voi varakkaana naisena esiintyen saada itselleen rikkaan miehen. Pienipalkkaista konttoristia kun kukaan ei halua. Arvonta järjestetään ja muiden harmiksi sen voittaa pääkirjanpitäjä Elsa, konttorin harmaavarpunen. Kun Elsa kertoo muille olevansa 26-vuotias, työtoverit järkyttyvät.

⁶⁰⁵ Polva (1949) 1965, 52.

⁶⁰⁶ Polva (1946) 1973, 46–47.

”Sus siunatkoon, sinähän alat olla sitten jo ikäloppu, Liisa kauhistui. – Sinun ikäisesi miehet ovat jo kaikki varattu. Tuttavuudenkauppaa voit vielä jonkun saada, mutta et muuten. Sinut nauretaan ulos tanssipaikeistakin, sillä niissä ovat kaikki alle kaksikymmenvuotiaita.”⁶⁰⁷

Lopulta työyhteisö päättää kannustaa Elsaa muuttumaan ja pakottavat hänet ottamaan uuden kampauksen, meikkaamaan ja pukemaan päälleen korsetin.

”Elsa tunsi olevansa pönkitetty, raudoitettu ja maalattu niin perusteellisesti, ettei hänessä ollut muuta omaa kuin nenännykerö. Sille tytöt eivät voineet mitään (...).”⁶⁰⁸

Kun Elsa kauneuskäsittelyiden jälkeen palaa kotiinsa, hänen konservatiivinen huonetoverinsa Aune kauhistuu. Hän haukkuu Elsan hiuksia harakanpesäksi ja tuomitsee huuli- ja poskipunan. Lopulta Elsa päätyy pesemään meikit pois ja kastamaan kiharat suoriksi. Vaikka Elsa aluksi vastusti hepeniä, häntä kuitenkin hiukan harmittaa luopua epäaidosta kauneudestaan.

Tässä astuu kuvaan Polvan romaanien miessankarien odotukset naiselle. Toisaalta kauneus ja ulkonäkö ovat avain kiinnostukseen, toisaalta sankarille kelpaava nainen on luonnonkaunis – ei käytä punaista kynsilakkaa, ei ”maalaa huuliaan”, eikä missään nimessä polta tai juo alkoholia, eikä liioin keikaile liian muodikkailla vaatteilla.

Elsa lähtee lomapaikkaan ristiriitaisin tuntein. Hän tuntee olevansa velkaa työtovereilleen, on epätoivoinen ja kokee mahdollisuutensa löytää aviomies vähäisiksi. Mukana matkassa Elsalla on työkaveri, nuori ja kaunis Hilikka, joka kerää miesten huomion. Tarinan opetus on se, että perijättäreksi tekeytyvä Hilikka rakastuu valepuvussa veikkausvoittoa tuhlaavan varastomieheen. Valheelle ei voi rakentaa tulevaisuutta, tuntuu Polva sanovan. Elsa puolestaan tapaa sattumalta metsässä resuiseen asuun pukeutuneen hajamielisen perhosten keräilijän, johon hän loman edetessä rakastuu. Perhosharrastaja, jonka Elsa nimeää vain Mieheksi, on näennäisen arkinen ja köyhän oloinen.

⁶⁰⁷ Polva 1957, 7.

⁶⁰⁸ Polva 1957, 20.

Mies on myös vannoutunut naistenvihaaja, perustaen ennakkoluulonsa kahteen aikaisempaan kihlaukseen. "*Minä en ole naisten makuun, eivätkä he ole minun makuuni*",⁶⁰⁹ sanoo Mies ja olettaa, että naiset pitävät häntä jo liian vanhana. Toisaalta hänellä on selkeä käsitys naisista. He vaanivat miesten rahoja ja etsivät lähinnä edullista elättäjää itselleen.⁶¹⁰

Mies kiinnostuu kuitenkin Elsasta, koska tämä on erilainen kuin muut naiset, ei käytä aikaa peilailuun ja tekee mielellään patikkamatkoja metsässä. Lisäksi Elsan loistava ominaisuus on Miehen mielestä tämän kyky kuunnella. Oikeasti Elsa on usein nukahtamaisillaan Miehen perhosluentojen aikana, eikä jaksaisi kävellä pitkiä matkoja, mutta on valmis teeskentelemään kiinnostunutta saadessaan viettää aikaa tämän kanssa. Tässä kohden Elsa on Polvan sankarittarille tyypillisen ovela ja aktiivinen "metsästäjä". Polva rakentaa komiikkaa sankarittaren luovuttamattomasta halusta pysyä Miehen perässä.

Kuten arvata saattaa, tarinan lopussa paljastuu, että Mies on oikeasti varakas tehtailija ja kaupunkivaatteisiinsa pukeutuneena kääntää muiden konttoristien päät tullessaan kosimaan Elsaa. Elsa puolestaan häkeltyy Miehen komeudesta ja toistelee työtovereilleen, ettei tiennyt tämän olevan niin rikas. Näin Elsa osoittaa loppuun saakka olevansa periaatteellinen ja aito, sellainen, jollaisen Mies (tämän romaanin, sekä kaikkien muidenkin Polvan romaanien sankari) haluaa vaimokseen.

5.7 Romaanihenkilöiden tukahdetut tunteet

Jyväskylän yliopiston järjestämässä kirjallisuusseminaarissa kesällä 1972 keskusteltiin tasa-arvosta ja Polvan romaanien ihmiskuvasta. Polvaa kritisoitiin siitä, että hänen kirjoissaan jotkut päähenkilöistä olivat kieroutuneita, kun verrattiin nykyihmiseen. "*Kun teillä on naisilla tää äkäpussisysteemi, mahtaako se johtua jonkinlaisista salatuista seksuaalisista tarpeista kun ne kiukuttelee kokoajan?*", yleisöstä kysyttiin.⁶¹¹ Polva vastasi, että nykynuori voi noin ajatellakin, vaan silloin kun hän oli ollut nuori, olivat

⁶⁰⁹ Polva 1957, 33.

⁶¹⁰ Polva 1957, 33.

⁶¹¹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

ihmiset ja kaikki hänen tuttavansa ja ystävänsä sellaisia. Nykynuorta hän ei sen sijaan osannut kuvata.

Polvan romaaneissa kiinnostavaa on se, millä voimalla ja aggressiolla Polvan sankaritar pitää kiinni tunteistaan. Ilmaisut, kuten ”olla raivoissaan”, ”kihistä” ja ”repiä silmät päästä” ovat hyvin tyypillisiä hänen teksteissään. Ensimmäinen reaktio hellyydenosoituksiin tai intiimiin läheisyyteen on sankarittarilla yleensä raivo ja väkivaltainen lyönti. Nämä lyönnit kuvataan kuitenkin pehmennettynä ”antaa korvapuusti”, ”antaa korville” tai ”läimäyttää”, mutta lopultahan kyse on lyömisestä.

Polvan miessankarit eivät silti koskaan lyö. Sen sijaan väkivallan uhka on läsnä heidänkin sanoissaan ja välillisesti kuvattuina fyysisinä kohtaamisina. Mies ottaa ”lujasti kädestä” tai ”katsoo kylmin silmin” tai pitää muuten riehuvaa sankaritarta väkivalloin kiinni. Tässä kyse on jälleen romanttisen tarinan konventioista, tavasta, jolla elokuvissa ja ajanviettekirjoissa, muissakin kuin Polvan romaaneissa, kuvattiin tukahdutettuja tunteita ja seksuaalisuutta vielä 1950-luvulla. Sankaritar ei ole passiivinen, vaan hän myös odottaa ja hakee tappeluja.

Esimerkkinä tästä toimii *Vihaan hameväkeä* -romaanin sankaritar Raila. Hän on jäänyt yötä vasten ihastuksensa kanssa autoon, josta bensiini on loppunut. Railan pettymykseksi mies nukahtaa tyytyväisenä.

*”Mutta samalla häntä harmitti Laurin yliolkaisuus. Olisi tämä edes lähennellyt, niin että olisi saanut antaa ympäri korvia ja purkaa siihen harmiaan, mutta ei, siinä se kuorsasi paikallaan ja istui liikkumattomana kuin pataässä, aivan kuin naisia ei olisi ollut lähitienoollakaan.”*⁶¹²

Sankaritarten halu purkaa tuntojaan lyömällä ja ”kynsimällä” näkyy myös Hilja Valtosen hyvin suosituissa romaaneissa 1920- ja 1930-luvuilla.⁶¹³

Polvan romaaneissa tyypillinen piirre on myös se, miten niiden henkilöt kokevat valtavan voimakasta tarvetta pitää tunteet sisällään. Kun esimerkiksi romaanissa *Vihaan hameväkeä* sankaritar Railaa alkaa sydänsuruissaan itkettää junassa, empaattinen kanssamatkustaja kysyy mikä on.

”Onko neidillä kova koti-ikävä? Vai onko kulta jättänyt? hän uteli säälivällä äänellä.”

⁶¹² Polva (1949) 1965, 56.

⁶¹³ Kytönen 1998, 58.

Raila kahahti. Se vielä puuttui, että sivulliset kiinnittävät huomionsa hänen sydänsuruihinsa. Kaikenlaisiin harmeihin Lauri hänet sitten saattoikin. Parasta vastata niin, että naisihmiseltä menisi suu kerta kaikkiaan lukkoon. Hän työnsi takin silmiltään, heitti taistelunhaluisen katseen koko penkkirivistöön ja kivahti tavallista terävämmin.

Mitäpä minulla koti-ikävä, aikuisella ihmisellä, haudon tässä muuten vain itsemurhaa.”⁶¹⁴

Raili lyö kanssamatkustajan huolen leikiksi ja liioittelee hautovansa itsemurhaa. Sekin on parempi kuin kertoa olevansa rakastunut.

Myöskään miehet eivät halua näyttää tunteitaan julkisesti. Kirjassa *Anna suukko, kultaseni* käsitellään ensimmäiset 12 sivua sitä, miten Antti ei suostu kävelemään kaupungilla käsi kädessä Lulun kanssa. Lululle se olisi osoitus aviomiehen tunteista, mutta Antti kauhistuu ajatusta, varsinkin kun hän tapaa aseveljen ystävättäriineen kävelyllä. Lopulta Lulu ja ystävätär päätyvät istumaan tuntikaupalla kahvilassa, kun miehet muistelevat sota-aikaa.

”Tytöt pysähtyivät nolestuneina paikoilleen, sillä oli luonnolle käypää tunnustaa, että aseveljeys merkitsi miesväelle viidesti enemmän kuin naisväki ja rakkaus.”⁶¹⁵

Tunteita ei haluta näyttää edes perhepiirissä. Tästä esimerkkinä Raila, joka tulee yön yli kestäneeltä seikkailultaan kotiin ja tapaa huolestuneen äitinsä keittiössä.

”Olisi tietysti ollut perin romanttista nojata päänsä äidin olkapäähän ja tyhjentää rakkaussurunsa tälle, mutta naurettavaa se myöskin olisi ollut. Iso ihminen ruikuttamassa toiselle, ettei joku miehenkuvainen halunnut häntä omakseen! Viisaampaa oli vetää valkea hilkka lopuksi ikää päähänsä ja pysyä nuhteettomana sisarena kuin paljastaa koko sisikuntansa kaiken maailman reposteltavaksi.”⁶¹⁶

Rakkauden julkinen tunnustaminen on näille henkilöille oman haavoittuvuuden paljastamista. On kuin henkilöt häpeäisivät rakastumistaan ja yleensä tunteitaan.

⁶¹⁴ Polva (1949) 1965, 72–73.

⁶¹⁵ Polva (1946) 1973, 14.

⁶¹⁶ Polva (1949) 1965, 68–69.

Tunteista näkyvin on vihan ja rakkauden sijaan mustasukkaisuus, joka toimii Polvan romaaneissa juonellisenä polttoaineena. Orastava tai jo olemassa oleva rakkaus on sekä sankarittaren että sankarin jatkuvan tarkkailun kohteena. Lähes jokainen muu nainen saattaa olla uhka sankarittarelle, samoin kuin kuka tahansa mies, jonka kanssa sankaritar juttelee tai viettää aikaa, on uhka sankarille.

Myös naisten keskinäiset suhteet Polva kuvaa hyvin vahvasti mustasukkaisuuden, tai ainakin sen uhan kautta. Kilpailu miehistä on kovaa ja vapaa mies on tavallaan kaikkien riistaa, tai näin ainakin Polvan romaanihenkilöt tuntuvat ajattelevan. Tästä hän rakentaa myös komiikkaa, kun maalaispiika on mustasukkainen sulhasestaan sankarittarelle, tai sankaritar mustasukkainen ihastuksestaan jokaiselle muulle. Vain joissain kirjoista näkyy aidosti toverillinen suhde naisten kesken.

Tässä mielessä Polvan romaanihenkilöt ovat lähes vainoharhaisen mustasukkaisia. Toisaalta osa juonta rakentuu yleensä mustasukkaisuuden kanssa selviämiseen ja sen yli pääsemiseen. Myös henkilöt itse huomaavat mustasukkaisuuden järjettömyyden.

*”Mustasukkaisuuden mato on harmittavin kaikista madoista, sillä se tekee ihmisen täysin hupsuksi. Rakkauden sanotaan tekevän sokeaksi, mutta mustasukkaisuus tekee sekä sokeaksi että kuuroksi ja vielä vähäjärkiseksikin.”*⁶¹⁷

Sankari ei koskaan lyö naista, mutta toista miestä hän voi lyödä. Kun Antti ja Lulu, romaanissa *Anna suukko, kultaseni*, ovat häämatkalla Kuopiossa, hakee paikallinen ”gigolo” Lulua tanssimaan. Koska Antti ei tanssi, Lulu päättää lähteä. Antti suuttuu tästä, lyö Lulun tanssiparin kanveesiin ja vie Lulun pois ravintolasta. Lululle hän purkaa tunteitaan:

”(...) ja selitti tulleen siihen tulokseen, että hänen oli viisainta viedä Lulu mitä pikimmin kotiin ja sulkea hänet lukkojen taakse, ollessaan itse ulkona. –Muutoin käy niin, että löydän jonakin kauniina päivänä kodin tyhjänä ja lapun pöydällä, kun sinä olet lähtenyt tiehesi. Miesväelle minä aion tästälähin näyttää sinua vain korkeasta maksusta.

⁶¹⁷ Polva (1949) 1965, 178

*Lulu hymähti onnellisena. Tuntui mukavalta, että Antti oli mustasukkainen hänestä.*⁶¹⁸

Sankarittaret odottavat mustasukkaisuutta, sillä se on heille todistus rakkaudesta.

Polvan romaaneista valtaosa päättyy avioliiton kynnykselle. Niissä romaaneissa, joissa kuvataan jo naimisissa olevien suhdetta, näkyy modernin rakkauden paradoksi: ikuinen rakkaus ei ole ikuista, vaan se vaatii jatkuvaa tarkkailua ja epäilyjä, ja mustasukkaisuus on jatkuvasti odottelemassa kulman takana.

5.8 Polva-kirjojen mahdolliset myyttimarkkinat

On helppo uskoa Anni Polvan olleen oikeassa, kun hän sanoi kirjojensa menestyksen syyn olevan niiden huumori ja kepeys. Kirjat ovat nopealukuisia, kirjallisesti hyvin keveitä vailla vaikeita lauserakenteita, vieraita termejä tai monimutkaisia juonikuvioita. On silti vaikea uskoa, että keveydellä olisi selitetty Polva-kirjojen todellinen suosio kuin osaksi. Osaksi kirjojen tarinoiden rakenne ja henkilöhahmot noudattivat monia romanttisen komedian ja romantiikan lajityypin konventioita ja siten varmasti täyttivät lukijoiden odotushorisontin romanttisena viihteenä.

Sankaritar on kaunis, toimeen tarttuva ja itseään puolustava kaupunkilainen, koulutettu ja yleensä jonkinlaisen määrittämättömän keskiluokkaisen taustan omaava nainen, joka aina saa sen miehen, jota on lähtenyt hakemaan. Hän tuntuu alistuvan lopulta kotirouvan rooliin, vaikka osaaminen ja taidot riittäisivät moneen muuhunkin. Hän kuitenkin taistelee vastaan, lyö leikkiä sukupuolirooleilla, vaikka kohtaakin monenlaisia vastoinkäymisiä sekä vähättelyjä miesten taholta.

Siinä missä Marlboro-maa on kuvitteellinen ja geneerinen vapaan luonnon symboli, Anni Polva -sankaritar operoi geneerisessä kaupungissa, kodissa, maaseudulla tai kesämökillä. Paikoissa, jotka saattoivat tunnistaa omikseen, jos lukija tai lukijan vanhemmat esimerkiksi omistivat kesämökin, ja samalla paikoissa, joita saattoi itse kuvitella ja rakentaa haluamikseen, jos esimerkiksi kaupunki koteineen oli lukijalle tuttu lähinnä kuvalehtien sivuilta tai maaseutu muisto omasta lapsuudesta tai kesäinen retkikohde.

⁶¹⁸ Polva (1946) 1973, 51–52.

Polvan romaaneissa oli paljon tuttua tarttumapintaa ja samalla romantiikkaa ja riippuen lukijan omasta taustasta: eksotiikkaa tai uusin humoristisin silmin katsottua lukijan oman ympäristön kuvausta. Paljon oli kiinni lukutavasta ja tunnistamisesta. Oletan, että teosten ja koko brändin suosio liittyi tähän lukutapaan ja sankarittaren voittoisan sekä lukijan arkea peilaavan myyttisen vastatarinan tunnistamiseen.

6 Anni Polva -brändin toimintaympäristö ja teosten vastustus

Tutkimuksen kuudennessa luvussa tutkitaan toimintaympäristöä, jossa Anni Polva -brändi toimi. Aluksi analysoidaan ajanvietteeseen ja viihteeseen kohdistuneen kritiikin taustoja ja 1960-luvun kirjasotien värittämää kulttuurista kenttää, jolle Anni Polva-brändi ei asemoitunut, mutta josta käsin sitä kommentoitiin. Polva-kirjojen kohtaama kritiikki kiteytyi 1960-luvun puolessa välissä niin sanotussa kirjastokiellossa ja siitä käydyssä keskustelussa. 1960-luvun loppuvuosina julkisessa keskustelussa alettiin käsitellä yhä enemmän populaarikulttuurin teemoja. Luvussa 6.4 käydään läpi erilaisia näkemyksiä populaarista ja siitä, miten Anni Polva -brändin tyyliset tuotteet ja teokset nähtiin. Vuosikymmenen taitteessa ja 1970-luvun alussa populaarikulttuuria ja kaupallisuutta kohtaan nousi uudenlaista kritiikkiä, josta tutkitaan varsinkin romantiikkaan kohdistunutta epäilyä päiväunelmien ruokkimisesta ja osallistumattomuudesta.

6.1 Viettelevä ajanviette

Viktoriaanien käyttämä sananlasku ”*an idle brain is the devil’s workshop*” kuvaa osuvasti kritiikkiä, joka kohdistui viihteeseen ja erityisesti romantiikkaan Suomessa vielä 1970-luvun alussa. Nykyään puhutaan viihteestä, 1900-luvun alkupuoliskolla ajanvietteestä, joka terminä kuvasikin paremmin sitä, mistä siinä ajateltiin olevan kyse: Ajan viettämisestä, jopa ajan tappamisesta. Ajanvietteessä ja viihteessä, kutsuttiin ilmiötä millä termillä tahansa, oli kyse myös rajan vetämisestä toden ja kuvitellun välille ja siitä, kuka tuon rajan osaasi vetää ja siten hallita omaa ajatteluaan ja aikaansa. Viihdekirjallisuus saatettiin luokitella epäkirjallisuudeksi tai rikkaruohoksi, muodoltaan ja periaatteiltaan parempaa kirjallisuutta muistuttavaksi, mutta arvoltaan ja vaikuttavuudeltaan toiseksi ilmiöksi.

Diana Holmes nostaa tutkimuksessaan *Romance and Readership in Twentieth-Century France* Gustave Flaubertin *Rouva Bovaryn* vuodelta 1857 eräänlaiseksi symboliseksi vedenjakajaksi suhtautumisessa romantiikkaan. Holmesin mukaan viimeistään *Rouva Bovary* merkitsi romantiikan mauttomaksi ja turmiolliseksi kirjallisuudeksi.⁶¹⁹ Maailmankirjallisuuden parhaimmiston nostettu Flaubertin teos kertoo Emma

⁶¹⁹ Holmes 2006, 8–9.

Bovarysta, joka elämäänsä tylsistyneenä lukee rakkausromaaneja ja hakeutuu avioliiton ulkopuolisiin suhteisiin romanttisten harhakuvitelmiensa johdattamana, käsittämättä rakastajiensa todellisia motiiveja.⁶²⁰

Kirjallisuuden tutkija Anders Öhman on kartoittanut muutoksen suhtautumisessa viihteelliseen kirjallisuuteen Ruotsissa noin 1850-luvulle. Sitä ennen ruotsalaisille kulttuurivaikuttajille oli suhteellisen tavallista kirjoittaa ja lukea tekstejä, jotka nykytermein voisi luokitella viihde- tai jännityskirjallisuudeksi. Massakirjallisuuden synnyn myötä 1800-luvun puolivälissä alkoi kirjojen vastaanotossa näkyä ensimmäisen kerran argumentteja, joilla viihteellistä kirjallisuutta myöhemminkin arvotettiin: helppoa, hyödytöntä, passivoivaa, moraalitonta ja viettelevää – erityisesti kun kyse oli nuorista lukijoista tai naisista.⁶²¹

Kulttuurijärjestelmän kuvauksissa on usein käytetty korkean ja matalan metaforia. Populaarimusiikin historiaa tutkineen Tarja Rautiaisen mukaan korkean ja matalan kulttuurin ero alkoi näkyä 1800-luvun lopulla korkeakulttuurin edustajien tekemällä irtiotolla massakulttuurin yleistessä. Suhtautuminen ”matalaan” rakentui pääsääntöisesti kahden strategian varaan: toisaalta matala voitiin omaksua ja muokata tai hillitä sitä, toisaalta se voitiin sulkea kokonaan oman kulttuurin ulkopuolelle.

Suomalaisen taidepolitiikan juuret ovat 1800-luvun lopun kansallisuusaatteessa ja kansanvalistusajattelussa. Kansansivistysperinne on ollut keskeinen osa suomalaisen kansallisvaltion kulttuurista järjestelmää, kuten edellisessä luvussa analysoimani Anni Polvan romaanien kirjastokielto sekä viihdekirjallisuuden asemasta kirjastoissa käyty keskustelu paljastaa. Kulttuurinen järjestelmä on toimiessaan tuottanut käsityksen rahvaasta eli kansasta sekä sivistyneen toimijan roolin, joka on tämän yläpuolella. Taide on näyttäytynyt tässä suuren yleisön maun vastakohtana.⁶²²

Pertti Alasuutari on pohtinut sitä, miksi tällainen kulttuurijärjestelmä on voinut toimia ja tullut hyväksytyksi. Yhtenä tekijänä on ollut yksilön halu erottautua niin sanotuista tavallisista suomalaisista, mikä on tarkoittanut yksilön mahdollisuuksia ja tavoitteita

⁶²⁰ Holmes 2006, 9.

⁶²¹ Öhman 2002, 9.

⁶²² Alasuutari 1996, 216–217, 228.

kohota sosiaalisessa asteikossa. Taiteesta muodostui näin eräänlainen yksilön ja kansakunnan kehittämisen ja kehittymisen symboli. Alasuutari rinnastaa taideinstituution moderniin uskontoon, jossa on käynnissä jonkinlainen jatkuva uskonpuhdistus. Toisaalta taide on asiantuntijakeskeisen yhteiskunnan symboli, joka ei voi olla helppo vaan sen ymmärtäminen edellyttää koulutusta ja erityistä taidekasvatusta. Laajoja joukkoja kiinnostava kohde määrittyy nopeasti ei-taiteeksi.⁶²³ Myös ajanvietekirjallisuuteen kohdistetut kriittiset näkemykset voi tulkita osaksi laajempaa kulttuurista prosessia, jossa niin sanotun korkeakulttuurin edustajat pyrkivät erottautumaan kulttuuriteollisuuden merkityksen myötä kasvaneesta massakulttuurista.⁶²⁴

Öhmanin esille nostamat argumentit viihteen turmelevuudesta pätivät Suomessakin. Esimerkkinä tästä on kirjoitus *Valvoja-Ajassa* vuodelta 1925. Artikkelissaan kirjailija ja toimittaja Eino Railo pohtii sitä, miksi sivistynyt ja taidetta ymmärtävä ihminen saattaa hyvin lukea ”alkeellisille ihmisille” tarkoitetun ”epäkirjan” iltalukemiseksi. Hänen mukaansa kukaan ei ole palovakuutettu sitä jännitystä vastaan, jota ajanviete ”*vieokkaasti lukijan lapsensieluun vedoten ja kaikkien yksilöllisiä tarpeita tyydyttäen*” sisältää.⁶²⁵ Ajanvietteen salakavala kyky vietellä ja houkutella jokainen lukija tämän tarpeita tyydyttämällä on tämän kirjoituksen mukaan tavallaan väistämätöntä, mutta myös epäilyttävää.

Ajanvietteen tarjoamasta moraalia rapauttavasta ja yleensä valheelliseksi koetusta maailmankuvasta kertoi myös 18-vuotiaan Anni Polvan päiväkirjaansa kuvaama tilanne kauppaopistossa pidetystä lausuntaillasta keväällä 1933. Opettajan kanssa oli keskusteltu *Perjantai*- ja *Sirpale*-lehdistä. Lausuntaopettaja oli sanonut näiden lehtien olevan huonoa luettavaa tytöille, sillä ne pilaavat maun. Anni Heinonen kuvaili lennokkaasti, miten opettajan mielestä oikea rakkaus ei ollut näissä kertomuksissa kuvatun kaltaista vaan

⁶²³ Alasuutari 1996, 238–242.

⁶²⁴ Rautiainen 2003, 39.

⁶²⁵ Railo, Eino: Eräitä näkökohtia ns. ”ajanvietekirjallisuudesta”. *Valvoja-Aika* vk. 1925, 182.

jotain ihan muuta. Anni myönsi opettajalle asian ehkä olevan näin, mutta koska hän ei vielä ollut kokenut oikeaa rakkautta, kelpasivat romanttiset tarinat korvikkeeksi.⁶²⁶

Perjantai ja *Sirpale* olivat viikkolehtiä, joissa julkaistiin viihteellisiä jatkokertomuksia, runoja ja muuta ajanvietettä. Samanhenkisiä lehtiä olivat muun muassa *Nyyrikki* ja *Viikonloppu*.⁶²⁷ Kirjallisessa kastijärjestelmässä nämä lehdet olivat käytännössä kastittomia, vaikka monet kirjailijat ehkä kirjoittivatkin niihin salanimellä rahantienaamistarkoituksessa. Tällaisista jatkokertomuksista Mika Waltari antoi ohjeita opaskirjassaan *Aiotko kirjailijaksi* (1935). Waltarin mukaan lukemistoihin ja rehellisiin roskalehtiin saattoi kirjoittaa nopeasti paljon tekstiä ja saada sillä tavoin elantoa kirjailijana.⁶²⁸

Toisessa romaanissaan *Anna suukko, kultaseni* (1946), Polva nosti parjatut lehdet esille. Kirjassa kuvataan nuorenparin ensimmäistä vuotta avioliitossa. Aviomies Antti on koulutukseltaan insinööri ja ollut sodassa upseerina. Antti edustaa kirjassa keskiluokkaista arvomaailmaa. Kirjan tarinassa Antti oli tilannut vaimonsa ihmetykseksi viikkolukemiston, jonka nimeä ei mainita. Lulu-vaimon mielestä tämä on ainutlaatuinen tapaus, sillä Antti on aina vältellyt *viikonloppurakkaudelle haiskahtavaa luettavaa* ja luki pääasiassa tieteellisiä julkaisuja. Syy Antin mielen muutokseen oli ollut parturikäynti, jolloin hän oli alkanut lukea jännityskertomusta ajanvietelehdestä ja jäänyt sitten tarinaan koukkuun. Kirjan tapahtumissa tämä ajanvietehtikohtaus päättyy siihen, kuinka Lulu vahingossa tuhoaa lukemattoman lehden jännityskertomuksineen ja löytää lopulta tilalle koko kertomuksen kirjan muodossa. Antti suuttuu tästä, sillä hän olisi halunnut lukea tarinan osissa viikko kerrallaan.⁶²⁹ Polvan voi tulkita tässä kuvaavan ironisesti sitä, miten sivistynyt ja koulutettu mieskin voi koukuttua jatkokertomuksiin.

Kun kirjastovaikuttaja Helle Kannila kirjoitti *Kotiliesi*-lehdessä 1952 romanttisesta viihteestä naisten kirjallisuutena, hän mainitsi, että romanttista leimaa vieraus tosielämälle. Kannila vertaili naisten ja miesten lukemaa viihdekirjallisuutta ja esitti

⁶²⁶ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Päiväkirja 1930–1934. Päiväkirjamerkintä 15.3.1933. Kotelo 29.

⁶²⁷ Vaijärvi, Kari: *Naistemme päiväballadit*. Kirjastolehti 10/1969.

⁶²⁸ Häggman 2017, 174.

⁶²⁹ Polva (1946) 1973, 147.

näkemyksen, että miesten lukemat jännityskirjat, vaikkakin olivat kirjalliselta arvoltaan huonoja, ymmärrettiin silti ajanvietteeksi. Kannila ei välttämättä pitänyt salapoliisiromaaneja kirjalliselta laadultaan sen parempina, mutta ero oli lukutavassa. Kannilan mielestä naiset ottivat lukemansa tosissaan, myös silloin kun aihe oli tosielämälle vieras, esimerkiksi konttoristin eteneminen pääjohtajan puolisoiksi tai aavikon sheikin hurmauskyky. Salapoliisiromaaneja lukevat miehet osasivat Kannilan mukaan sen sijaan tehdä eron todellisuuden ja kuvitellun välillä.⁶³⁰

Unelmointi on kautta aikain ollut paitsi ajankulua ja haaveilua, myös tulevaisuuden pohtimista ja erilaisten vaihtoehtoisten tilojen ja tilanteiden elämistä. Päiväunelmointia tutkineet Orvar Löfgren ja Billy Ehn ovat esittäneet, että päiväunelmat ovat hyvää materiaali luokkarakenteiden ja sukupuolinormien muodostumisen tutkimisessa. Joutoajan, rutiinien ja unelmien moralisointi helposti luokittelee ja määrittelee, miten kuuluu tai ei kuulu toimia, kenen aikaa voi odottaa tai kenen aikaa ei saa tuhlaa. Varsinkin yhteiskunnissa, joissa tehokkuus ja työn eetos ovat korkealla, on ajan käyttö ja sen tuhlaaminen sekä kontrollin ulkopuolella oleva täysin yksityinen unelmointi moralisoinnin kohteena.⁶³¹

Löfgren ja Ehn kirjoittavat, että varsinkin yläluokan nuorten naisten kohdalla päiväunelmointia on hyvin pitkään pidetty vaarallisena. Joutilaisuutta ja ikävystymistä pidettiin epäterveen fantasioinnin mahdollistajana jo 1800-luvulla ja myöhemmin muun muassa Sigmund Freudin psykoanalyttisen teorian vaikuttamana liiallinen päiväunelmointi patologisoitiin.⁶³² Freudille päiväunelmointi oli vähemmän kiinnostava kohde kuin unet. Päiväunelmat hän liitti toiveajatteluun eli tulevaisuuden fantasiointiin. Psykoanalytikko J. Varendock kehitti edelleen päiväunelmoinnin analyysiä teoksessaan

⁶³⁰ Kannila, Helle: Mitä Suomen naiset lukevat? *Kotiliesi* 10/1952.

⁶³¹ Löfgren & Ehn 2010, 180.

⁶³² Löfgren & Ehn 2010, 124–180. Yhdysvalloissa käytössä olevassa diagnoosijärjestelmässä otettiin 1990-luvulla käyttöön autistinen fantasia -määritelmä liiallisesta päiväunelmoinnista, jossa unelmointi toimii pakopaikkana arjen ongelmatilanteista tai aidoista ihmissuhteista, eikä siten edesauta ongelmien ratkaisua. 2010-luvulla uusitussa järjestelmässä (DSM 5) autismikirjon häiriöön liittyvät kriteerit ja määritelmät uudistettiin. DSM 5:ssä määritellään, että leikkimisen ja mielikuvituksen ongelmat, sisältäen ongelmat kuvitellun ja toden erottamisessa, eivät sisälly autismikirjon häiriöön.

The Psychology of Daydreaming (1921). 1960-luvulla Jerome L. Singer julkaisi tutkimuksen *Daydreaming: An Introduction to the Experimental Study of Inner Experience* (1966). Päiväunelmia tutkinut Meta Regis arvioi, että Singer näki ilmiön lähinnä arjen työtehtävien häiriötekijänä ja mielen vaelteluna. Singer käytti esimerkkinä kuvitteellista kotiäitiä, joka vaippoja vaihtaessaan miettii illallisen ruokalistaa ja tulevan viikonlopun suunnitelmia eikä romanttisia haavekuvia tuntemattomista rakastajista. Singer huomautti, että romantiikasta haaveilevat saattoivat olla arkitöissään, esimerkiksi kodin hoidossa, välinpitämättömiä ja laiskempia. Regisin mukaan Singerin esittämät vastuullisen perheenäidin ja toimistolla työskentelevän perheenisän mahdolliset fantasiat olivat ristiriitaisia. Mies saattoi olla altis fantasioimaan toisista naisista, mutta vaippoja vaihtava vastuullinen kotiäiti lähinnä ruokalistaista tai kodin hankinnoista.⁶³³ Ajan sukupuoliroolit olivat niin syvällä, että ne vaikuttivat ilmiön tutkimiseen.

Ajanviete näyttäytyi pitkään epäpoliittisena. Esimerkkinä tästä on Hilja Valtosen 1920- ja 1930-luvuilla julkaisemat romaanit, joita politisoituneesta ajasta huolimatta arvioitiin yllättävän samoin kriteerein niin *Suomen Naisessa*, *Uudessa Suomessa*, *Helsingin Sanomissa* kuin *Kansan Uutisissakin*. Nykylukija voi löytää noista kirjoista paljon yhteiskuntakriittistä sanomaa, varsinkin liittyen maaseudun jäykkiin sukupolvi- ja sukupuolirooleihin, mutta omana aikanaan arvostelijoiden silmät osuivat lähinnä teosten romanttiseen sisältöön, huumoriin ja toimeliaaseen sekä vanhoja naisihanteita rikkovaan sankarittareen.⁶³⁴

Sanomalehtien kulttuuriosastoja tutkineen Merja Hurrin mukaan sodan jälkeinen poliittinen konflikti oli näyttäytynyt uuden ja vanhan kulttuurisuunnan edustajien ristiriitana. Tämä ristiriita henkilöityi sanomalehdistössä *Uuden Suomen* V. A. Koskenniemeen ja hänen näkemyksiään vastustaviin toimittajiin, muun muassa *Vapaan Sanan* päätoimittajaan Raoul Palmgreniin ja kyseisen lehden laajaan kulttuuritoimitukseen.⁶³⁵ Poliittisesti painottuneessa kulttuurikeskustelussa oli jo 1940-luvulla mainintoja korkeakulttuurin ja viihteellisen massakulttuurin merkityksestä. Näistä

⁶³³ Regis 2013, 42–45.

⁶³⁴ Kytönen 1998, 25–32.

⁶³⁵ Hurri 1993, 58–76.

Hurri nostaa esille *Vapaan Sanan* kulttuuritoimittaja Kaisu-Mirjami Rydbergin näkemykset siitä, ettei tärkein rintamalinja kulttuurikeskustelussa kulkenut vasemmiston ja porvariston tai uuden ja vanhan, vaan ”kulttuurisen pohjasakan”, eli massaviihteen, ja ”todellisen kulttuurin” välillä.⁶³⁶

Kirjallisuuskritiikissään vasemmistolehden kulttuuritoimitus haki tasa-arvoa ja yhteiskunnallista näkemystä, kun taas *Uuden Suomen* konservatiivisempi linja pitäytyi teosten arvioinnissa esteettisin perustein. Viihteellisen kirjallisuuden määrän kasvu ja yleensä kirjallisuuden jako pienten piirien taidekirjallisuuteen ja suuren yleisön viihdekirjallisuuteen ei Hurrin tutkimuksen perusteella tuolloin vielä noussut laajemmin kulttuurikeskustelun aiheeksi. Korkean ja matalan sekä taiteen ja viihteellisen raja näkyi silti Anni Polvan saamassa palautteessa hänen lähetettyään käsikirjoituksensa 1944 ensin WSOY:lle, josta se palautettiin takaisin ja ehdotettiin lähettämään johonkin ajanvietettä julkaisevaan kustantamoon.

Kirjailija ja kirjallisuuskriitikko Eila Pennanen kirjoitti *Parnassossa* 1966 viihteen ja taiteen eroista. Kriittisestä pohdinnastaan huolimatta Pennanen korostaa, että viihdettä pitäisi tutkia ennakkoluulottomasti ja tehdä sille oikeutta arvostelussa. Arvostelussa pitäisi Pennanen mukaan lähteä kirjailijan tarkoituksista, siitä, halusiko tämä olla täysverinen viihdekirjailija vai taidekirjailija. Kiinnostavasti Pennanen toteaa artikkelissaan myös, että toinen tärkeä arvostelun lähtökohta oli yleisön tyytyväisyys. Hän huomautti, että yleisö vaikuttaa viihteeseen odotuksillaan ja kirjailija taas puolestaan loi ja vahvisti tottumuksia ja odotuksia. ”*Suurimenekkinen viihde on aina kiintoisa ilmiö ja ansaitsee arvostavaa huomiota.*”⁶³⁷

Pennanen määrittelee huonon ja hyvän viihteen seuraavasti: Hyvä viihde hajotti ennakkoluuloja ja paljasti moralisoivien asenteiden epämoraalisuuden. Huono viihde taas saattoi tukea kireitä ja autoritaarisia asenteita sekä ihannoida tyhmyyttä ja itsepäisyyttä. Taiteen ja viihteen eron Pennanen määritteli viime kädessä lukijan omalla kokemuksella. Taide oli olemassa vain sellaisen henkilön aivoissa, joka tajusi lukemansa taiteeksi. Viihde eli puolestaan vain sellaisen henkilön aivoissa, joka osasi käyttää viihdettä.

⁶³⁶ Hurri 1993, 68–69.

⁶³⁷ Pennanen, Eila: Kirjailija ja viihde. *Parnasso* 16/1965.

Arvoarvostelmat näkyivät Pennasen määritelmissä siinä, että "kehittymätön" ihminen pystyi hänen mukaansa lukemaan viihteenä lähes mitä tahansa.⁶³⁸

Pennanen määritteli uudelleen ajanvietettä 1970 julkaistussa *Suomen kirjallisuus* -teoksessa. Tuossa teoksessa määriteltynä ajanviete oli yksiselitteisesti kirjallisuutta, jonka perusteena oli myyntimenestys. Ajanviete ei Pennasen mukaan ollut sanataidetta eikä sen sukuinenkaan kirjallinen tuote. Termeillä viihde ja ajanviete hän tarkoitti kirjoja, joiden tavoitteena on pyrkiä täyttämään yleisön epärealistisia toiveunia.⁶³⁹ Toisaalta Pennanen myös pohti sitä, ettei selvää rajaa taiteen ja viihteen välillä ollut, joten hän valitsi myös vähemmän myyneitä teoksia kirjallisuuskatsaukseensa. Rivien välistä voi lukea yhden mahdollisen määritelmän: mitä suositumpi ja siten kaupallisempi, sitä kauempana sanataiteesta ja sitä huonommasta tekeleestä oli kyse.

Suomalaiset kulttuurivaikuttajat olivat tietoisia Anni Polva -kirjoista. Tästä on esimerkkinä Kansanvalistusseuran silloisen toiminnanjohtajan Aarne Laurilan Karistolle 1964 lähettämä kirje. Kirjeessään Laurila esitti ironisesti kuvaillun pyynnön saada yksi kappale Anni Polvan uusinta romaania. Hän mainitsi, että kyse on suuresta kulttuuripoliittisesta tapahtumasta, sillä Polvan viimeisin romaani oli kuulemma sijoitettavissa Orivedelle. ”*Kun nyt vihdoin on auennut se yhteys kansansivistystyön ja laajojen kansankerrosten välillä, mitä olen kaivannut, niin lähetä toki kiiruusti minulle tänne se teos!*”, kirjoitti Laurila.⁶⁴⁰ Kirjeen sävy oli humoristinen. Silti Laurilan viittaus kulttuuripoliittiseen tapahtumaan kuvasi osuvasti Suomessa vallinnutta jakoa vähintään kahteen kulttuuriseen kenttään.

Kirja, johon Laurila viittasi oli *Otan sinut vaikka väkisin* vuodelta 1964. Romaanista kirjoitetussa arviossa huomioitiin Laurilankin viittaama kulttuurinen miljöö, mutta todettiin sen jäävän sivuseikaksi ”*Tertun jahdatessa Kaukoa ja Taimin Taistoa vanhassa*

⁶³⁸ Pennanen, Eila: Kirjailija ja viihde. *Parnasso* 16/1965.

⁶³⁹ Pennanen 1970, 299.

⁶⁴⁰ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kirjeenvaihto. Jäljennös. Aarne Laurilalta Karistolle 17.11.1964.

*kartanossa pidettävillä peräti moderneilla kulttuurikursseilla”.*⁶⁴¹ Kirjastoihin kirjaa ei silti missään tapauksessa suositeltu.⁶⁴²

Kaikkien suomalaisten kulttuurivaikuttajien suhtautuminen ajanvietteeseen ei ollut arvostelevaa ja kriittistä. Argumentteja ajanvietteen hyvien puolien puolesta löytyi useilta ja perustelut vaihtelivat. Moni uskoi ilmiöön, joka voidaan nimetä porttiteoriaksi. Siinä niin sanottu huono kirja nähtiin ensimmäisenä askeleena tiellä kohti parempaa kirjallisuutta. Toiset, kuten Tammen Untamo Utrio, perustelivat viihteen julkaisemisen kustantamoiden kannattavuuden kannalta järkevänä toimintana ja sillä, että viihdekirjallisuus mahdollisti niin sanotun taidekirjallisuuden julkaisemisen. 1970-luvulla alkoi esiintyä enemmän näkemyksiä viihteen terapeuttisesta vaikutuksesta ja ihmisten tarpeesta ottaa henkilökohtainen pakohetki arjesta. Tämä oli myös Anni Polvan itsensä usein toistama argumentti teostensa puolesta.

6.2 Toisten sota – kulttuurisen kentän ulkopuolella

Suomessa kulttuurisen murroksen symboliksi nousivat 1960-luvulla niin sanotut kirjasodat, joissa rintamalinjat kulkivat nuoren polven kirjailijoiden ja vanhan polven konservatiivisempien vaikuttajien välillä. Myöhemmin ehkä kaikkein muistelluin yhteentörmäys uuden ja vanhan kulttuuriymmärryksen välillä oli Hannu Salaman *Juhannustanssit*-romaanista käyty oikeudenkäynti 1964. Salaman oikeudenkäyntiä edelsi Paavo Rintalaan kohdistuneet syytökset *Sissiluutnantti*-romaanista 1963 sekä Henry Millerin *Kravun kääntöpiirin* käännöksen takavarikointi ja sensurointi 1962. Myös norjalaisen Agnar Myklen *Punainen rubiini* -romaanin takavarikoinnin, painoksen polttamisen ja kirjan kieltämisen 1957 voi tulkita olleen osa kirjasotia. Paljon kohua oli aiheuttanut jo Linnan *Tuntematon sotilas* (1954) ja *Täällä Pohjantähden alla* (1959–1962). Oikeuteen asti Linnan saama kritiikki ei sentään kirjailijaa vienyt.

Niin erilaisista kirjoista kuin olikin kyse, Myklen, Millerin, Rintalan ja Salaman teoksiin kohdistuneilla syytöksillä oli ainakin yksi yhteinen nimittäjä: seksi. Kun 1930-luvulla

⁶⁴¹ Arvostelu Anni Polvan kirjasta *Otan sinut vaikka väkisin*. Arvosteleva kirjaluetelo 1964, 130.

⁶⁴² Arvostelu Anni Polvan kirjasta *Otan sinut vaikka väkisin*. Arvosteleva kirjaluetelo 1964, 130.

kirjallisuuden sensuurissa ja itsesensuurissa oli ollut kyse kansallisesta käpertymisestä vaientamalla kommunistisiksi luokitellut kirjailijat ja taas sotien jälkeen neuvostovastaisiksi koettujen kirjojen kieltämisestä, nousi 1950-luvun lopun ja 1960-luvun alun sensuurikeskusteluun seksuaalisuus, varsinkin kun se yhdistyi uskontoon tai sodan sankareihin.⁶⁴³ Vuonna 1957 perustettiin oikeusministeriölle raportoiva epäsiveellisten julkaisujen valvontalautakunta, joka sai nopeasti kirjakauppiaiden ja kustantajien suussa nimen pornografialautakunta.⁶⁴⁴ Myklen *Punaisen rubiinin* takavarikointi ja kieltäminen oli lautakunnan ensimmäinen iso tapaus.⁶⁴⁵ Koska syytökset kohdistuivat paitsi teoksen kustantajaan, myös muutamiin kirjakauppoihin, oli kohun jäljiltä nähtävissä itsesensuuria alan toimijoissa. Kustantamojen historiaa tutkinut Kai Häggman nostaa esimerkiksi ajan itsesensuurista Allen Ginsbergin *Huuto*-teoksen julkaisemisen pätkittynä Parnassossa 1961. Itsesensuuri heijastui myös kirjakauppojen toimintaan. Esimerkiksi *Suomen kirjakauppalehdessä* uutisoitiin 1958 Akateemisen kirjakaupan ottaneen yhteyttä pornografialautakuntaan kymmenen teoksen arvioimiseksi. Lautakunta palautti kirjat vedoten siihen, ettei maassa ole ennakkosensuuria.⁶⁴⁶

Rintalan tuotantoa analysoinut ja ajan keskusteluun aktiivisesti osallistunut Pekka Tarkka näki kirjasodissa olleen kyse yhteisten arvojen ohjauksesta ja valvonnasta irtautuvasta kirjallisuudesta. Esimerkiksi Hannu Salaman *Juhannustansseihin* kohdistunut kritiikki kumpusi Tarkan mukaan keskiluokasta, joka takertuessaan saavutettuun sivistykseen, säädylisyyteen ja moraaliinsa koki pelkoa oman arvotaustansa pitävyydestä.⁶⁴⁷ Analysoidessaan Paavo Rintalan *Sissiluutnantin* herättämää kritiikkiä, Tarkka nosti esille ”yhdessäolo-organisaation” avoimen kannattamisen sekä tiedostamattoman vetoamisen menneeseen. *Sissiluutnantti* osui Tarkan mielestä sota-ajan tiivistä, yksinkertaiseen hierarkkiseen rakenteeseen perustuvaa yhdessäolo-organisaatioksi kutsumaansa ihannetta vastaan. Rintalaa puolestaan syytettiin rahanhimosta,

⁶⁴³ Mm. Häggman 2017.

⁶⁴⁴ Siveellisesti vahingollisten julkaisujen levittämisen ja tuottamisen ehkäisemistä koskeva komitean mietintö. Komiteamietintö 1955:1.

⁶⁴⁵ Häggman 2008, 467–469.

⁶⁴⁶ Hajatietoja. Suomen Kirjakauppalehti 2/1958.

⁶⁴⁷ Tarkka 1966, 219.

kapitalistiselle järjestelmälle ominaisesta synnistä. Henkilökohtaista menestystä tavoitteleva kirjailija tai koko kirjallisuuden kaupallinen instituutio tavallaan häpäisi sota-ajan niukkuuteen ja yksinkertaiseen vaihdantaan rakentuneita ihanteita, jossa vaihdon välineenä oli ollut palvelus, auttaminen ja pyyteetön palveleminen.⁶⁴⁸

Taidekäsityksiä tutkineen Antti Eskolan mukaan taiteen itsenäisyys tulkittiin kapinaksi vallitsevia arvoja kohtaan yhteiskunnassa, jossa monilla ihmisillä oli näkemys taiteesta kansakuntaa rakentavana, jonain jonka tehtäviin ei kuulunut vanhojen arvojen ja tabujen loukkaaminen.⁶⁴⁹ Tarkka koki kirjasotien haitallisimmaksi tulokseksi vaatimukset, joilla haettiin paluuta menneeseen yhdenmukaiseen yhteiskuntaan tai ehdotettiin pakkotoimia, jolla osakulttuurit voidaan alistaa ”yhden, pyhän ja yhteisen asian palvelukseen”.⁶⁵⁰

Untamo Utrion mukaan Suomessa vallitsi 1960-luvulla yhä kolmekymmentälukulainen henki ja ”kalevalainen harha”, jonka vaikutuksessa lukijat, kirjakauppiat ja kirjastot toimivat eräänlaisina pikkusensoreina, vaikka valtiollista sensuuria ei ollutkaan. Sensuuria oli hänen mielestään muun muassa uskonnollisiin moraalikäsitteisiin vetoaminen, jonka varjolla oltiin suvaitsemattomia ja omahyväisiä yli-ihmisiä.⁶⁵¹ Utrio ihmetteli sitä, miksi moraalinvartijat kiinnittivät huomionsa vain seksuaalisuuteen ja jumalanpilkkiaan, eivätkä huomioineet esimerkiksi television väkivaltaisia sarjoja. Myös kirjastoalan vaikuttajan Helle Kannilan mielestä Suomessa vallitsi luvattoman paljon sensuurille altista mielialaa. Erityisesti sensuurihenkisyys näkyminen yhteiskunnan johtopaikoilla, varsinkin lakimiesten keskuudessa, oli Kannilan mielestä hälyttävää. Sen sijaan kirjastojen kirjavalinnan tulkitsemisen sensuuriksi Kannila kielsi täysin. Kirjavalinta oli hänen mukaansa positiivisessa hengessä toteutettua, kun taas sensuuri lähti kielteisten asioiden etsimisestä.⁶⁵²

Edellä kuvatun kirjasota- ja sensuurikeskustelun yleispiirteiden kuvauksella on tarkoitus esittää, miten monia erilaisia näkemyksiä ja jännitteitä suomalaisessa kirjallisuuskentässä

⁶⁴⁸ Tarkka 1966, 191–195.

⁶⁴⁹ Eskola 1963, 12.

⁶⁵⁰ Tarkka 1966, 214.

⁶⁵¹ Utrio 1968, 124–145.

⁶⁵² Kannila 1967, 65–70.

1960-luvulla vallitsi. Nuori polvi, jota edellä mainituista muun muassa Salama, Saarikoski, Tarkka ja Eskola edustivat, etsi uusia näkökulmia ja uutta yhteiskuntaa, kun monet valtaapitävät vanhan polven piispat, kenraalit ja professorit kokivat nämä pyhien arvojen rikkojina.⁶⁵³

Bourdieu'n kenttäteorian näkökulmasta katsottuna jännitteet voi tulkita uusien kentälle tulijoiden pyrkimykseksi haastaa kentällä symbolista valtaa pitävien asema sekä muuttaa pelin sääntöjä uusien itse luomiensa määrittelyiden ja arvostusten mukaisiksi. Bourdieu'n mukaan kentällä valta-asemassa olevat rakentavat puolustavia strategioita tarkoituksenaan säilyttää kentän toimintaperiaatteet ja omat asemansa samankaltaisina. Valtaapitävät ovat myös taipuvaisia salailuun ja näkymättömiin periaatteisiin, jotka esitetään itsestäänselvyyksinä. Bourdieu käyttää nimitystä doksa tällaisista samaan aikaan ehkä näkyvillä olevista mutta sanoittamattomista koodistoista ja arvostuksista. Haastajat rikkovat doksan hiljaisuuden ja tuovat keskusteluun sekä uudelleen arviointiin kentällä valtaa pitävien toiminnan perusteita.⁶⁵⁴

Suomessa kirjasodissa ja 1960-luvun kulttuurikritiikissä voisi katsoa tapahtuneen juuri näin. Uusi kirjailijapolvi nosti monta puhumatonta ja ”normaaliksi” muotoutunutta asiaa valokeilaan ja loi uutta, haastoi vanhaa ja teki myös parodiaa olemassa olevasta kulttuurisen kentän symbolisesta pääomasta. Tällaisia olivat Tarkan mainitsema yhdessäölo-organisaatio, kirjallisuus kansallisuusaatteen rakentajana, sodan pyhitys, rajoitetut seksuaalinormistot ja tapa esittää asioita taiteessa sekä aiheiden valinnat.

Anni Polvan romaaneissa ei kritisoitu jumalaa, isänmaata tai käsitelty eksplisiittisesti seksuaalisuutta. Polva itse asettui monella kommentillaan Tarkan kritisoiman menneen yhdenmukaisen yhteiskunnan kannattajaksi. Hänen arvomaailmansa oli rakentunut vuosisadan alkupuolen kasvavan keskiluokan ja toisaalta kristillisille ihanteille.

Polvan teosten taiteellinen arvo saattoi nousevan nuoren kirjailijasukupolven piirissä olla täysi nolla, jos nämä edes Polvan tuotantoa sen enempää noteerasivat. Toisaalta Polvan teosten moraalinen arvo oli myös konservatiivisten piirien, joihin luen muun muassa kirjastovaikuttaja Helle Kannilan, mielestä vähintäänkin kyseenalainen. Polva putosi

⁶⁵³ Häggman 2008, 468.

⁶⁵⁴ Bourdieu 1993, 83.

romaaneillaan paitsi kirjasotien, myös kirjastojen ja yleensä kirjallisen arvostuksen ulkopuolelle.

Anni Polvalle ei ollut epäselvää, että hänen kirjansa olivat kevyttä viihdettä. Kustantajalle kirjoittamissaan kirjeissä hän hahmotteli jo ensimmäisistä romaaneista alkaen roolinsa kevyen viihteen kirjoittajana, ja toisteli, ettei hän tehnyt taidetta. Toistossa ja vahvistelussa voi tulkita pientä katkeruuttakin omasta roolista, mutta myös ylpeyttä. Polva oli ylpeä myös siitä, että hänen kirjansa olivat moraalisesti hyvää luettavaa, tyylistä huolimatta. Tätä tekstiänsä moraalia hän piti esillä ja vasta-argumenttina tyyliä ja kieliasua kritisoiville.

Vuonna 1949 hän kirjoitti, että *"poroporvarillisessa mielessä pidän ainakin nuorison kannalta ansionani sitä, että tekeleissäni eivät "hetekanpohjat narise", eikä "vieras mies astu taloon", täydellisen avioliiton opetuksista puhumattakaan"*.⁶⁵⁵ Arvosteluista Polva puhui samaan topakkaan sävyyn. Hänen mukaansa oli väärin, että kaikki kirjallisuus arvosteltiin samassa nipussa. Polva vertasi kirjallisuuden arvostelua musiikin arvosteluun, ettei sinfoniaa ja jatsiakaan arvosteltu samassa sarjassa. *"Miksi kirjallisuudessa silti tehtiin niin?"*⁶⁵⁶ Tässä Polvan kritiikki ei ollut aivan osuvaa, sillä tutkimuksessa analysoiduissa *Arvostelevan kirjaluettelon* arvioinneissa hänen kirjojaan arvioitiin ehdottomasti osana ajanviete-kirjallisuutta, eikä niitä verrattu muuhun kirjallisuuteen. Ajanvietteeseen kokonaisuutena kohdistui kovaa kritiikkiä, mutta myös positiivisia arviointeja oli paljon.

Lähes 70-vuotias Anni Polva muisteli teoksiinsa kohdistunutta kritiikkiä Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran kirjailijahaastattelussa 1980-luvulla. Hän mainitsi, ettei kirjastoihin ollut otettu hänen kirjojaan, mutta sinne otettiin silti Salamaa *"(...) ja kaikkia tällöisiä raakuuksia käsitteleviä kirjoja"*. Voi hyvin olettaa Polvan viittaavan esimerkiksi romaaniin *Juhannustanssit*. Haastatteluäänitteestä kuulee aktiivisen kirjoittamiskautensa loppuvaiheessa olevan kirjailijan narkästyksen kriitikoita kohtaan. Samat kriitikot, jotka

⁶⁵⁵ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 22, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 17.12.1949.

⁶⁵⁶ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

ylistivät Salamaa, joko sivuuttivat hänen teoksensa kokonaan tai Polvan termein ”*nuijivat ne lyttyyn*”.⁶⁵⁷

Samassa haastattelussa Polva kuvaili näkemyksiään kritikoista. Hän kertoi, ettei vihaa tai inhoa kritikoita, mutta ei vain pidä heistä. Jälleen Polva käytti nuijia-verbiä kuvaillessaan, miten kriitikot olivat hänen teoksiaan ja häntä ihmisenä käsitelleet. Silti hän vakuutti aina sanoneensa, ettei tähän nuijimiseen aio kuolla.⁶⁵⁸ Polva ei koskaan näyttänyt ymmärtävän kirjoihinsa kohdistunutta voimakasta kritiikkiä. Hänellä itsellään oli selvä käsitys roolistaan kirjailijana ja siitä mitä yleisö häneltä odotti, eikä kritiikki ollut hänestä reilua suhteessa hänen rooliinsa ajanviete-kirjailijana. Polva näki oman roolinsa ansio- ja kotitöistä uupuneiden naisten hauskuttajana ja lepotauon tarjoajana näille. Tästä työstä hän sai innoitusta kirjoittamiselle ja voimia kirjoittaa aina uusia kirjoja, huolimatta omasta väsymyksestään.⁶⁵⁹

Kritiikistä huolimatta Polva osallistui ainakin jonkin verran erilaisiin matineoihin ja kirjailijapaneeleihin. Hän muistelee näitä tilaisuuksia kirjailijahaastatteluissaan, usein liittäen tilaisuudet kohtaamaansa kritiikkiin vaikka myös välillä kuin ihmetellen, että on ollut esimerkiksi samassa tilaisuudessa puhumassa Saarikosken tai Donnerin kanssa.⁶⁶⁰ Toisaalta Polva muisteli varsinkin Lounais-Suomen kirjailijoiden järjestämiä tilaisuuksia lämmöllä. Hänellä oli myös positiivisia muistikuvia nuoren polven kirjailijoista. Tällainen anekdootti käsitteli Lassi Sinkkosta. Sinkkonen oli kysynyt häneltä jossain matineoista, miksi Polva ei käynyt enää Kirjailijaliiton kokouksissa. Polva oli vastannut, ettei halunnut, sillä häntä katsottiin kokouksissa ”vähän noin nokkaansa pitkin”. Tähän Sinkkonen oli kommentoinut ”happamia sanoi kettu pihlajanmarjoista” ja kannustanut

⁶⁵⁷ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁶⁵⁸ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁶⁵⁹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁶⁶⁰ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

Polvaa silti osallistumaan. Polva muisti tämän keskustelun ja kertoi haastattelija Raija Majamalle, miten mukavalta tällainen kannustus oli tuntunut.⁶⁶¹

Voi olla, että osallistuessaan esimerkiksi Nuoren Voiman Liiton toimintaan, Kirjailijaliiton tapahtumiin tai pohdinnassaan omasta kirjailijaroolistaan hän saattoi tietämättään puntaroida mahdollisuutta toimia ”aidolla” kaunokirjallisuuden kentällä. Käytännössä Polvan kohtaama kritiikki, menestys, kirjojen tuottama työtulo ja siten väistämätön kaupallisuus rakensivat Polvan ja kulttuurin kentän välille vuosi vuodelta vahvempaa muuria. Yleisten kirjastojen kirjavalmista käyty keskustelu oli osoitus tästä.

6.3 Polva-kirjojen kirjastokielto 1960-luvun puolivälissä

Kirjallisuuden vastaanottoa ja lukemista tutkinut Martti Qvist esittää tutkimuksessaan, että lukemisharrastusta pitää tarkastella tapahtumakenttänä, jossa lukemisen tapahtumaan vaikuttaa kaksi merkittävää prosessia: lukijan oma elämänhistoria ja toisaalta julkaisemisprosessi. Jälkimmäinen tapahtuu monen valintatilanteen, portin ja *portinvartijan* kautta. Kirjailija on toki merkittävä portinvartija, mutta niin ovat kustantaja, kirjasto ja kirjakauppaakin. Qvistin mielestä on tärkeää analysoida erityisesti portinvartijoina toimivien psykologiaa, päämääriä ja perusteluita eli sitä, miten he näkevät lukijakunnan ja sen toivomukset, ja kokevatko he itse kuuluvansa johonkin lukijakunnan alaryhmään.⁶⁶²

Kirjallisuuden prosessissa portinvartijoiden merkitys on Qvistin mukaan paljon merkittävämpi kuin lehtien julkaisuprosessissa. Sanomalehtien toimittajilla oli lähtökohtaisesti tavoitteena mahdollisimman laaja yleisö, eikä julkaisemisen prosessi muodostanut siten niin pienisuista suppiloa kuin kirjallisuuden. Lehtiä oli tarjolla kaikkialla ja niitä saattoi lukea vain osittainkin tai selaillen. Qvist oletti lehdistön kohottaneen suomalaisten keskimääräistä lukemisaktiivisuutta.⁶⁶³

⁶⁶¹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

⁶⁶² Qvist 1960, 145–161.

⁶⁶³ Qvist 1960, 145–161.

Kustannusalan toimintalogiikkaa analysoinut sosiologi John B. Thompson käyttää Qvistin tapaan *portinvartijan* käsitettä kuvatessaan kustantamisen prosessia. Kirjan tuotteena synnyttävä prosessi on samalla sekä toimitus- että arvoketju.⁶⁶⁴ Arvoketjun mallin mukaisesti jokainen välivaiheen toimija tuottaa lisää arvoa prosessissa syntyvälle kirjalle. Portinvartijan roolia pitävät erityisesti kustantaja, kustannustoimittaja ja muut kustannuspäätöksessä mahdollisesti mukana olevat tahot. Portinvartijoiksi voi lisätä koko arvoketjussa vaikuttavat muutkin toimijat, kuten kriitikot, hyvän kirjallisen maun määrittelijät ja jakelukanavista vastaavat kirjavälityksen, myyntiketjujen ja kirjastojen päättäjät.

Kun analysoidaan kirjallisuuden arvoketjun eri portinvartijoita, oli Polvan aseman vakiinnuttua kustantajalla ja kirjakauppiaille pikemminkin sisäänheittäjän kuin portinvartijan rooli. Vahvin ja vaikeakulkuisin portti Polvan lukijoiden ja teosten välillä saattoi hyvinkin olla kirjastolaitos ja sen edustama kirjallisuuden kaanon eli käsitys hyvästä kirjallisuudesta.

Suomessa ei ollut 1960-luvulla voimassa asetusta tai viranomaisen muotoilemaa yksiselitteistä määräystä, jolla olisi kielletty viihdekirjallisuus kirjastoista. Silti yleisistä kirjastoista ei periaatteessa voinut 1960-luvulla lainata Anni Polvan rakkausromaaneja, ainoastaan hänen lasten- ja nuortenkirjojaan. Asetusten tai määräysten sijaan niin sanottu kirjastokielto perustui valtion kirjastotoimen ja yleensä kirjastoalan vaikuttajien käsityksiin hyvästä kirjallisuudesta sekä kirjallisuusarvioihin ja kirjastonhoitajien opastukseen.

Käytän käsitettä *kirjastokielto* kuvaamaan Anni Polvan rakkausviihteen käsittelyä kirjastotoimessa ja kirjastojen kirjahankinnoissa, vaikka käsitettä ei sellaisenaan tuolloin käytetty. Kirjastokielto kuvaa terminä hyvin sitä, miten Polvan romaaneihin suhtauduttiin. Kiellolla oli määrittelijänsä, kirjastoalan portinvartijat, sekä kiertäjänsä ja ohittajansa. Yleisten kirjaston näkökulmasta tilanne oli lopulta hyvin kirjava, mikä lienee johtunut virallisten ohjeiden puuttumisesta ja kiertoteitä käytetystä määräysvallasta. Keskustelu kirjastojen merkityksestä ja tehtävästä vilkastui 1960-luvun kuluessa. Anni Polvan romaanit olivat symbolisena kiistakapulana, kun keskustelussa käsiteltiin

⁶⁶⁴ Thompson 2010, 15–17.

kirjastojen kirjavalintaa ja sitä kautta kirjaston ydintä, sitä mikä oli tai minkä olisi pitänyt olla yleisen, verorahoilla tuetun kirjaston perustehtävä.

Yleisten kirjastojen juuret olivat kansanvalistuksessa. Toimijoina olivat olleet 1900-luvun alussa Kansanvalistusseura ja Svenska Folkskolans Vänner sekä eri työväenjärjestöt, jotka ylläpitivät kirjastoja työväestön kannustamiseksi omaehtoiseen sivistämiseen. Vuodesta 1921 perustettiin ensimmäiset valtion virat kirjastoasioiden hoitoon ja valtio ryhtyi rahoittamaan kansankirjastoja, joista siten vähitellen muodostui kunnankirjastoja. Kansankirjastolaki astui voimaan 1928. Kirjastojen ylläpitäminen oli kunnille vapaaehtoista ja kuntia houkuteltiin kirjastojen perustamiseen valtion avustuksilla. Käytännössä valtio nousi merkittäväksi rahoittajaksi vasta vuoden 1961 kirjastolain myötä, jolloin kaupungit ja kauppalat saivat avustuksina kolmasosan ja maalaiskunnat kaksi kolmasosaa kirjastomenoista ilman määriteltyä ylärajaa.⁶⁶⁵

Aiemmin esitellyn Qvistin lukemistutkimuksen mukaan 1950-luvun lopulla kirjastoja käyttivät erityisesti aktiivisesti lukevat. Tutkimuksen perusteella viidennes lukijoista oli lainannut viimeksi lukemansa teoksen kirjastosta ja lähes yhtä moni lainannut kirjan tuttavalta. Vajaa viidennes oli saanut kirjan lahjaksi. Koulutustaustalla ei ollut suurta merkitystä kirjojen hankinnassa, eli siinä oliko kirja lainattu, ostettu tai saatu lahjaksi.⁶⁶⁶ Niin kirjastojen määrä kuin lainauskerrat kasvoivat 1950-luvulta 1970-luvulle, jonka jälkeen kirjastojen käyttöaste alkoi laskea.⁶⁶⁷ Suomessa oli vuonna 1966 yhteensä 532 pääkirjastoa, 2 618 sivukirjastoa ja 157 laituskirjastoa sekä noin 956 000 lainaajaa.⁶⁶⁸ Yleisten kirjastojen historiaa tutkineen Ilkka Mäkinen mukaan tärkeimmät syyt kasvulle olivat oppikoululaisten määrän kasvu 1950-luvulla, sekä suuret ikäluokat. Iso merkitys kirjastojen menestykselle oli myös kuntien sivistys- ja koulutusmyönteisyydellä sekä kirjastontarkastajien neuvontatoiminnan tehostumisella.⁶⁶⁹

⁶⁶⁵ Nuotio, Perälä, Putkonen ja Gronow 1974, 15–17.

⁶⁶⁶ Qvist 1960, 93–95.

⁶⁶⁷ Mäkinen 2009, 355.

⁶⁶⁸ Järvelin 1992, 292.

⁶⁶⁹ Mäkinen 2009, 356–358.

Suomalaisen yleisen kirjastolaitoksen suhdetta kaunokirjallisuuteen tutkinut Pirjo Tuomi esittää, että kirjavalinnan merkityksestä ja periaatteista on keskusteltu yleisen kirjastolaitoksen koko historian ajan. Yhteiskunnallinen, taloudellinen ja poliittinen valvonta ulottui kirjastojen toimintaan ja myös toimialan omat normit ja arvot vaikuttivat. Tuomen mukaan yleisten kirjastojen synnyttäminen Suomeen ei alkujaankaan liittynyt lukemiseen itseisarvona vaan lukemisen arvo rakentui snellmanilaiselle sivistysihanteelle ja tavallaan kirjasto nähtiin välineenä ja apuna tiellä kohti sivistystä.⁶⁷⁰

Kirjavalinnan liberalisoitumista 1960-luvulla tutkinut Outi Vuorenrinne nostaa väitöskirjassaan esille suomalaisen kirjastolaitokseen alkujaan vaikuttaneen amerikkalaisen Public Library Movement -liikkeen. Vuorenrinteen mukaan Suomen kirjastolaitoksen alkuvaiheissa näkyivät amerikkalaiset vaikutteet myös siinä, miten kirjaston virkistysfunktioon suhtauduttiin. Suomalaisessa kirjastoliikkeessä ihmiskäsitys oli Vuorenrinteen mukaan rajatumpi kuin Yhdysvalloissa, sillä Suomessa lukijaa haluttiin suojella ja ohjata voimakkaammin kuin luottaa yksilön kykyyn tehdä omia valintoja. Ajatukset kansan suojelusta ja huonon kirjallisuuden vaikutuksista näkyivät vuoden 1928 kansankirjastolaissa kuitenkin suhteellisen rajatusti. Lain valmistelussa ja itse lakitekstissä mainittiin hyvin lyhyesti kirjastojen kirjavalinnan sisällöstä tai laadusta, muuten kuin ettei kirjastossa saanut olla epäsiiveellistä tai muuten ala-arvoisena pidettävää kirjallisuutta.⁶⁷¹

Vuoden 1961 kirjastolaissa ei enää suoranaisesti puututtu kirjaston kirjavalikoimaan, mutta seuraavana vuonna vahvistetussa kirjastoasetuksessa ja siitä käydyssä keskustelussa oli Vuorenrinteen mukaan jo näkyvissä avaramielisyys ja tulevaisuudenusko. Käytännössä kuitenkin vuoden 1928 kansankirjastolain henki kirjaston sivistystehtävästä ja ala-arvoisen kirjallisuuden karsimisesta muodostui kirjastoammattilaisten jakamaksi syväksi arvoksi ja jatkoi vuoden 1961 kirjastolain jälkeenkin omaa elämäänsä käytännön valvonta- ja kirjastotyössä 1970-luvun puolelle saakka.⁶⁷²

⁶⁷⁰ Tuomi 2017, 65–67, 109–111.

⁶⁷¹ Vuorenrinne 2015, 98–101.

⁶⁷² Vuorenrinne 2015, 106, 109–116.

Periaatteessa kirjastojen kirjatarjonnasta päättivät paikallistason kirjastonhoitajat kirjaston johtokuntien kanssa.⁶⁷³ Käytännössä tarjolla olevien kirjojen valintaan vaikutti monta eri tekijää ja portinvartijaa. Kirjastonhoitajilla oli toki myös omia arvostuksia ja asiakkailta tuli toiveita. Viihteellinen kirjallisuus oli usein asiakkaiden toivelistalla, ja luultavasti myös monen kirjastonhoitajan. Pirjo Tuomen mukaan kirjastot toimivat vielä 1930-luvulla suhteellisen itsenäisesti huolimatta kirjastolaista ja ohjeista mutta kirjastojen käyttö oli vielä vähäistä sillä vain noin 10% väestöstä kuului käyttäjäkuntaan.⁶⁷⁴

Kirjaston sivistystehtävän sydämen asiakseen ottaneet epäilivät, että lainaajia liikaa kuuntelemalla olisi lopputuloksena ollut sivistyksellinen fiasko. Lasten epäiltiin toivovan vain lisää sarjakuvia, vähintäänkin *Aku Ankkaa* kirjastoon. Nuoret olisivat puolestaan lukeneet vain lännenseikkailuja ja tytöt lainanneet rakkausviihdettä, historiallista romantiikkaa kuten Angelika-sarjaa, romanttisia Netta Muskett -kirjoja ja kotimaisista nimistä varsinkin Anni Polvan kirjoja.⁶⁷⁵

Portinvartijat

Kirjasto-alan merkittävin vaikuttaja Suomessa 1900-luvulla oli kirjastoneuvos Helle Kannila. Kannilan aktiivinen ura kirjastojen parissa kesti 1920-luvulta 1960-luvun lopulle ja vaikutus kirjastonhoitajien koulutuksen myötä pitkälle 1900-luvun loppuun.⁶⁷⁶ 1970-luvulla lähes jokainen kirjastonhoitaja oli joko ollut hänen oppilaanaan tai ainakin opiskellut Kannilan tuottamaa oppimateriaalia.⁶⁷⁷

Valtion ylin kirjastoasioista vastaava viranomainen oli valtion kirjastotoimisto, jonka johtajana Kannila oli toiminut sen perustamisesta 1921 aina 1940-luvun loppuun. Tuolloin Kannila siirtyi kirjastotoimiston johtajan virasta Yhteiskunnalliseen korkeakouluun kirjasto-opin lehtoriksi, käytännössä vastaamaan Suomessa

⁶⁷³ Tuomi 2017, 119.

⁶⁷⁴ Tuomi 2017, 120.

⁶⁷⁵ Täyttääkö kirjasto palvelutehtävänsä. *Helsingin Sanomat* 7.5.1969; Haavisto 1988, 36–37.

⁶⁷⁶ Muiluvuori, Jukka: Kannila, Helle. Kansallisbiografia-verkkojulkaisu. *Studia Biographica* 4. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1997- (viitattu 10.3.2018). URN: NBN:fi-fe20051410.

⁶⁷⁷ Vuorenrinne 2015, 116.

kirjastonhoitajaksi opiskelevista. Eläkkeelle Kannila jäi 1960-luvun alussa, mutta jatkoi vaikuttamista edelleen muun muassa Suomen Kirjastoseurassa ja *Kirjastolehden* päätoimittajana vuoteen 1967 asti. Kirjastonhoitaja Heikki Poroilan arvion mukaan Kannilan merkitys näkyi vahvasti kirjastoalan ammattilaisten omaksumassa arvomaailmassa ja ajattelutavassa vielä 2000-luvun alussa.⁶⁷⁸ Merkittävyystään kertonee sekin, että Poroilan 2007 julkaistu teos *Luurangot portinvartijan kaapissa* käy omalla tavallaan edelleen samaa keskustelua, johon Kannila osallistui jo 1960-luvulla. Populaari- ja kirjastokulttuuria tutkinut Maija Haavisto esittää, että Kannila vaikutti merkittävästi vallitsevan kirjastokulttuurin arvoihin ja normeihin 1960-luvun lopulle asti, mutta vuosikymmenen lopulla ja 1970-luvun alussa alkoi keskustelussa esiintyä enemmän näkemyksiä, jotka poikkesivat Kannilan ajatuksista.⁶⁷⁹

Helle Kannila kuvasi näkemyksiään viihdekirjallisuuden lajityypeistä muun muassa teoksessaan *Kirjavalinnan ongelmia* (1967), jossa analysoidun kyselytutkimuksen data oli kerätty vuonna 1959. Viihteen ja kaunokirjallisuuden ero löytyi ennen kaikkea moraalista. Kannilan mukaan todella taiteellisen kaunokirjallisen teoksen saattoi vain harvoin arvioida moraalityyppiseksi. Viihdekirjallisuuden osalta asia oli toinen. Kannila perusti näkemyksensä viihdekirjailijan motiiveihin, jotka hänen mukaansa olivat vähintäänkin kyseenalaisia. Kannilan näkemyksen mukaan viihdekirjallisuuden kirjoittajat eivät olleet aitoja runoilijoita tai romaanikirjoittajia, vaan viihdekirjailijalle tuli helposti kiusaus panna sekaan mitä tahansa, jonka kirjoittaja kuvitteli voivan lukijoita houkutella.⁶⁸⁰

Kirjastojen kirjavalintaa tutkinut Pirjo Tuomi esittää näkemyksen, että Kannila oli jo tuossa vaiheessa hyväksynyt viihdekirjallisuuden ”välttämättömänä pahana” kirjastoissa, mikä näkyy Kannilan monipuolisessa viihdekirjallisuuden esittelyssä. Tuomen mukaan

⁶⁷⁸ Poroila 2007, 15–28.

⁶⁷⁹ Haavisto 1988, 25–26.

⁶⁸⁰ Kannila 1967, 74–75. Kannilan tutkimuksessa arvokirjallisuudeksi nimettyjä teoksia oli kaikista lainatuista teoksista noin 38 prosenttia ja viihdekirjallisuutta hiukan vähemmän 36,8 prosenttia. Viihdekirjallisuudesta isoin osa oli rakkausromaaneja (46 %), sitten seikkailuromaaneja (33 %) ja salapoliisiromaaneja (14 %).

Kannila suhtautui kevyen huvittuneesti myös romantiikkaan.⁶⁸¹ Outi Vuorenrinne puolestaan näkee Kannilan 1960-luvun lopun aiempaa lievemmat lausunnot ajanvietteestä ja varsinkin romantiikasta reaktioksi ajan vaatimuksiin, ei Kannilan oman perusnäkemysmuutukseksi. Kannilan ajattelun taustalla vaikutti Vuorenrinteen mukaan vahvasti kahden sivistyksen käsitys kehittymättömistä, usein maaseudulla asuvista, lukijoista ja kehittyneistä, yleensä kaupunkilaisista, lukijoista. Kehittymättömille ajanviette oli vaarallisinta, kun taas kehittyneet saattoivat lukea varsinkin humoristista ajanvietettä tai esimerkiksi salapoliisiromaaneja.⁶⁸²

Kannila kirjoitti vuonna 1952 *Kotiliedessä*, että taide- ja viihderomaanissa voitiin kuvata melkein samoja asioita, mutta erona oli viihdekirjallisuuden epäedullinen vaikutus lukijaan. Taideromaanissa Kannilan mukaan perusteltiin ja taustoitettiin tilanteet, kun taas viihderomaaniin ei kuulunut syvällisyys tai kontekstin ymmärrys. Näin esimerkiksi väkivalta saattoi vaikuttaa lukijaan jopa turruttavasti ja vaikuttaa tämän moraalikäsitelmiin.⁶⁸³ Kannila liitti myöhemmin saman periaatteen kaikkeen viihteeseen, myös elokuvaan ja televisiosarjoihin.⁶⁸⁴

Rakkausromaanien epämoraalisista piirteistä Kannila nosti esille erityisesti sen, että niissä hänen mukaansa olivat ihanteet ja tavoitteet matalalla. Kannila kritisoi tyypillistä juonikuviota, jossa nainen hankkii rikkaan aviomiehen tai mies vaimokseen perijättären. Näissä teoksissa sankarittaret ja joskus myös sankarit *"pyrkivät karttamaan työtä ja sen sijaan hankkimaan itselleen "ystäviä, menestystä, vaikutusvaltaa" sekä ennen kaikkea rahaa ja yllellistä elämää rakkautta välikappaleena käyttäen"*.⁶⁸⁵

Tuomi tulkitsee Kannilan ironisen tai kielteisen suhtautumisen niin sanottuun naisten viihdekirjallisuuteen tämän voimakkaiden naisliikesympatian tuottamana. Kannilalle naisasia oli vakava yhteiskunnallinen kysymys ja viihdekirjallisuuden tarjoamat

⁶⁸¹ Tuomi 2017, 127–128.

⁶⁸² Vuorenrinne 2015, 116–121.

⁶⁸³ Kannila, Helle: Mitä Suomen naiset lukevat? *Kotiliesi* 13.5.1952.

⁶⁸⁴ Kannila 1967, 75–76.

⁶⁸⁵ Kannila, Helle: Mitä Suomen naiset lukevat? *Kotiliesi* 13.5.1952.

päiväunelmat ja ajatus naisesta pelkkänä vaimona vieraannuttivat Kannilan mielestä naisia yhteiskunnallisesta asemasta.⁶⁸⁶

Helle Kannilan lisäksi kirjastojen portinvartijoiksi voi lukea *Arvostelevaan kirjaluetteloon* kirjallisuusarvosteluja kirjoittaneet henkilöt.⁶⁸⁷ *Arvosteleva kirjaluettelo* oli *Kirjastolehden* liite, jossa arvioitiin suurin osa Suomessa julkaistuista kirjoista. Lyhyen arvion yhteydessä oli maininta, jos kirja ei kelvannut kirjastoihin. Kirjastonhoitajien odotettiin seuraavan *Arvostelevan kirjaluettelon* arvioita ja tekevän kirjojen hankintapäätökset näiden suositusten perusteella.

Tammen Utrio kritisoi *Arvostelevan kirjaluettelon* käyttöä leimakirveenä ja kritisoi julkaisun sisältämää mustavalkoista määrittelyä ”sopii kirjastoihin” ja ”ei sovi kirjastoihin”. Utrio piti epärealistina sitä, että tunnettujen kustantajien viihdekirjat arvioitiin epäsoviviksi, kun taas tuntemattoman kustantajan kustantamana sama teos saattoi jäädä kokonaan arvioimatta eikä näin saanut kirjastokieltoakaan.⁶⁸⁸ Tammi julkaisi muutamaa suosituinta romanttista kirjasarjaa, muun muassa Angelika- ja Netta Muskett -kirjoja, joten Utriolla oli kritiikissään omakin lehmä ojassa.

Kirjan puuttuminen kirjaston valikoimista ei tarkoittanut sitä, etteikö se olisi voinut olla suosittu lainakirja. Qvistin lukemistutkimuksessa ilmeni yhtenä kirjojen merkittävänä hankintakanavana tuttavilta lainaaminen.⁶⁸⁹ Ehkäpä ajanvietteen vähyys kirjastoissa lisäsi kirjojen lainaamista yksityisellä tasolla ja epävirallisissa kotikirjastoissa. Kirjastokiellon synnyttämä huonon kirjallisuuden leima vaikutti monella tasolla näiden ”kiellettyjen kirjojen” maineeseen ja siten ehkä myös myyntiin. Käytettävissä olevien lähteiden avulla on kuitenkin mahdotonta analysoida, missä määrin kirjastokielto lopulta vaikutti Polva-kirjojen myyntiin. Anni Polva mainitsi itse haastattelussa, että hänen pitäisi olla tavallaan

⁶⁸⁶ Tuomi 2017, 128.

⁶⁸⁷ *Arvostelevaan kirjaluetteloon* kirjoittaneet olivat usein tiedonalansa huippuja, professoreita, ylitarkastajia, neuvoksia ja myös kirjastontarkastajia ja kirjastonjohtajia. 1960-luvun lopulla Arvostelevaa kirjaluetteloa myös kritisoitiin arvostelijoiden rajatusta ja subjektiivisista näkemyksistä, sekä vaikutusvallan kaapeasta jakautumisesta. Vuorenrinne 2015, 154–155.

⁶⁸⁸ Utrio 1968, 131.

⁶⁸⁹ Qvist 1960, 93–95.

iloinen siitä, että kirjoja ei saanut lainata vaan niitä oli ostettava. Toisaalta hän painotti näkemystään, että kirjastojen hyllyt olivat täynnä kirjallisuutta heille, joilla oli varaa ostaa kirjansa, mutta niille, joilla ei ollut varaa ostaa kirjoja ei kirjastoissakaan ollut mitään.⁶⁹⁰

Arvostelevassa kirjaluetelossa oli kuitenkin arviointeja lähes kaikista Anni Polva - kirjoista. Polvan esikoisesta, vuonna 1945 julkaistusta *Rakasta minua hiukan* -romaanista käytettiin määritelmää ”hullutteleva kertomus”, tosin kirja sai myös moitteita teennäisyydestä ja puhekielestä.⁶⁹¹ Polvan toinen romaani, vuonna 1946 julkaistu *Anna suukko, kultaseni*, sai määritelmän ”leikillinen romaani” ja maininnan ”sopivaa perhelukemista”.⁶⁹² Samalla, lähes positiivisella tavalla arvioitiin vuoden 1949 romaania *Vihaan hameväkeä*: ”Kepeätä, joskaan ei sentään kehnoimmanlaatuista ajanvietettä.”⁶⁹³

Helle Kannilan vuonna 1951 kirjoittama arvio Polvan *Varo rakkautta* -romaanista oli ensimmäinen *Arvostelevan kirjaluettelon* arviointi, jossa Polvan romaani määriteltiin selvästi kirjastoihin kelpaamattomiksi. Kiellon perusteena oli kepeys. Kannila moitti teoksen tyyliä myös liian monisanaiseksi ja tylsäksi sekä juonta ennalta-arvattavaksi.⁶⁹⁴ Tästä arviosta käytännössä vuoteen 1976 saakka Polvan romaanien arviot olivat negatiivisen sävyisiä ja vuoteen 1964 asti niihin liitettiin mainintoja kelpaamattomuudesta kirjastoihin. Vuosina 1966–1967 arvioita ei Polvan romaaneista julkaistu ja vuonna 1968 kirjastonhoitaja Vuokko Blinnikka käytti ”ei kirjastoihin” toteamuksen sijaan vetoomusta kirjastonhoitajien ammattitaitoon. Hän kuvaili Polvan teoksia ”alatason” viihteeksi, joka on kangistunut vanhahtaviin kaavoihin. Kiinnostavasti Blinnikan arviossa ei enää mainittu viihdekirjallisuutta sellaisenaan kirjastoihin sopimattomana, vaan hän suosittelee kirjastoihin parempaa ja arvostettavampaa viihdettä,

⁶⁹⁰ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁶⁹¹ H.H. [Hellin Hendolin]: Arvostelu Anni Polvan kirjasta *Rakasta minua hiukan*. Arvosteleva kirjaluetelo 1946.

⁶⁹² I. H-u. [Ilmari Havu]: Arvostelu Anni Polvan kirjasta *Anna suukko, kultaseni*. Arvosteleva kirjaluetelo 1947.

⁶⁹³ A. R-suo. [Alpo Routasuo]: Arvostelu Anni Polvan kirjasta *Vihaan hameväkeä*. Arvosteleva kirjaluetelo 1950, 29.

⁶⁹⁴ H. K-la [Helle Kannila]: Arvostelu Anni Polvan kirjasta *Varo rakkautta*. Arvosteleva kirjaluetelo 1952., 13.

jota ammattitaitoiset kirjastonhoitajat mieluummin tarjoaisivat lukijoille. Esimerkkejä tällaisesta viihteestä Blinnikka ei arvioissa kuitenkaan antanut.⁶⁹⁵ Blinnikan arvion jälkeen ei arvioissa enää puhuttu sopivuudesta tai sopimattomuudesta kirjastoihin. Ensimmäinen selvästi myönteinen arvio Polvan teoksista julkaistiin vuonna 1977 *Kumpi vei sydämeni* -romaanista. Arvioija Kerttu Manninen kuvaili romaanin etenevän eloisasti ja juonikin tuntui tavanomaista uskottavammalta.⁶⁹⁶

Keveyden ja tyhjänpäiväisyyden lisäksi 1950- ja 1960-luvuilla kirjoitetuissa arvioissa nostettiin usein esille verorahakortti. Tätä argumenttia käytti esimerkiksi Kerttu Manninen vuonna 1958 kirjasta *Etsin miestä itselleni*, jonka Manninen määritteli tyylivirheeksi. Hänen mielestään kuntalaisten yhteisillä varoilla ei missään tapauksessa pitäisi tällaisia kirjoja hankkia kirjastoon.⁶⁹⁷

Valtion kirjastontarkastajat seurasivat *Arvostelevan kirjaluettelon* suositusten toteutumista osana työtään.⁶⁹⁸ Kirjastontarkastajien tehtävänä oli neuvoa ja valvoa kirjastoja. Vuoden 1961 kirjastolain myötä kasvanut valtionavun määrä merkitsi myös kirjastontarkastajien valvontatehtävien lisääntymistä. Maalaiskuntien kirjastot saivat hakea valtionapua kahdelle kolmasosaa kirjaston kustannuksista, kauppaloiden ja kaupunkien kirjastoille tuki oli pienempi, yksi kolmasosa. Tuen määrään liittyen kirjastontarkastajien vastuualueeseen kuuluivat ainoastaan maalaiskuntien ja pienten sivukirjastojen valtionapuhakemusten hyväksyminen.⁶⁹⁹

Jyväskylän piirin kirjastontarkastaja Eeva-Marjatta Karstu muisteli *Me Naiset*-lehden haastattelussa vuonna 1967 sitä, miten vuosikymmenen alussa uuden kirjastolain astuttua

⁶⁹⁵ Blinnikka, Vuokko: Arvostelu Anni Polvan kirjoista *Älä leiki lemmellä* ja *Älähän pyristele, kultaseni*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1968, 146.

⁶⁹⁶ Manninen, Kerttu: Arvostelu Anni Polvan kirjasta *Kumpi vei sydämeni*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1977, 33. Manninen kirjoittanut Polvan romaaneista arvioita *Arvostelevaan kirjaluettelo*on jo 1961.

⁶⁹⁷ K.M. [Kerttu Manninen]: Arvostelu Anni Polvan kirjasta *Etsin miestä itselleni*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1958, 15.

⁶⁹⁸ Järvelin 1992, 254–255. Kirjastontarkastajien toiminta oli lähtenyt liikkeelle kansansivistysjärjestöjen luomassa epävirallisesta mallista, josta se otettiin osaksi 1921 perustetun valtion kirjastotoimiston ja kirjastotoimikunnan käytäntöjä.

⁶⁹⁹ Seuraava iso muutos seurasi vuoden 1970 alusta, jolloin kirjastontarkastajien virat lakkautettiin ja tehtävät yhdistettiin kansakouluntarkastajien tehtäviin.

voimaan pantiin vielä sivukirjastoissa hänen mielestään suhteettoman paljon rahaa kevyeen kirjallisuuteen.⁷⁰⁰ Kirjastontarkastajilla oli konkreettista päättäntävaltaa valikoimiin. Karstu kertoi haastattelussa joutuneensa poistamaan joistain kirjastoista esimerkiksi salapoliisiromaaneja, sillä niitä oli ollut noin puolet tarjonnasta. Verorahakortti nousi esille kirjastontarkastajan kommentissa. Karstun mielestä valtion ja kunnan rahoilla ei pitäisi tarjota ihmisille ajanvietettä, kun muutakaan ajanvietteen ryhmään luokiteltavaa ei tarjottu ilmaiseksi. Hän myös muistutti, että kirjasto oli sivistyslaitos.⁷⁰¹

Samassa haastattelussa kysyttiin satakuntalaisen Kiukaisten kunnan sivukirjaston hoitajalta Lempi Knuutilalta mielipidettä Polvan ja Räsäsen kirjojen hankinnasta. Knuutila kertoi hänelle sanotun, että valtionapua ei saanut, jos hankkii Polvan tai Netta Muskett -kirjoja. Aino Räsäsen kirjoja hän sen sijaan oli kirjastoon hankkinut. Knuutilan kuulema väite perustui korkeimman hallinto-oikeuden päätökseen vuodelta 1966. Korkein hallinto-oikeus teki tuona vuonna päätöksen kahdesta valituksesta, molemmat samankaltaisia käsittelyltään ja perusteluiltaan.

Hankasalmen kunnanhallitus oli tehnyt korkeimpaan hallinto-oikeuteen valituksen Kouluhallituksen 1964 antamasta päätöksestä jättää hyväksymättä osan kunnan valtionapuhakemukseen merkityistä menoista. Isoimmat summat koskivat kirjaston huoltokuluja, mutta mukana valituksessa oli myös eväty hankintahinta neljästä Sergeanne Golonin, romanttisen Angelika-kirjasarjan kirjoittajan, romaanista.⁷⁰² Kouluhallitus oli ilmoittanut kunnalle, ettei Golonin kirjoja voinut pitää kirjastotarkoituksiin sopivina ja siksi evännyt valtionavun.⁷⁰³ Savukosken kunnanhallitus oli puolestaan valittanut 1965 Kouluhallituksen päätöksestä evätä kahden Netta Muskettin ja kolmen Anni Polvan romaanin, sekä *Vuoden uutistapahtumat kuvina* -nimisen teoksen hankintakustannukset.⁷⁰⁴ Savukosken valituksessakin oli pääosin kyse

⁷⁰⁰ Finni, Saara: Kirjastokelvottomat Räsänen ja Polva. *Me Naiset* 42/1967.

⁷⁰¹ Finni, Saara: Kirjastokelvottomat Räsänen ja Polva. *Me Naiset* 42/1967.

⁷⁰² Sergeanne Golon oli ranskalaisen Anne Golonin kustantajan keksimä pseudonyymi.

⁷⁰³ KA, Korkeimman hallinto-oikeuden arkisto, KHO:n päätös 3.3.1966 nro 3690/56/64.

⁷⁰⁴ KA, Korkeimman hallinto-oikeuden arkisto, KHO:n päätös 3.3.1966 nro 938/56/65.

kirjaston ylläpitokustannuksista ja kirjojen hankintahinta oli valituksessa vain 367 markkaa 60 penniä.⁷⁰⁵ Korkein hallinto-oikeus hylkäsi molemmat valitukset kirjahankintojen osalta ja jätti Kouluhallituksen päätökset voimaan. Perusteluina viitattiin ympäröivästä siihen, ettei valituksissa ollut näytetty menojen olleen kirjastolaissa määriteltyjä hyväksyttäviä menoja.⁷⁰⁶

Karvian kunnanhallitus ei ollut joko tietoinen näistä loppupalvesta 1966 annetuista päätöksistä, tai halusi siitä huolimatta kokeilla menisikö oma valitus läpi. Karvialta lähetettiin vuoden 1966 lopulla korkeimpaan hallinto-oikeuteen jälleen kerran kirjaston huoltokustannusten kytkäisenä valitus Anni Polvan ja Netta Muskettin kirjojen hankintakustannusten, 32 markkaa ja 85 penniä⁷⁰⁷, epäamisestä. Korkein hallinto-oikeus kumosi 1968 Karvian kirjaston huoltokustannuksia koskevan Kouluhallituksen päätöksen, mutta jätti Polvan ja Muskettin kirjoja koskevan voimaan. Perusteluna oli sama viittaus kuin Savukosken ja Hankasalmen tapauksissa kahta vuotta aikaisemmin.⁷⁰⁸

Nämä päätökset osoittivat Kouluhallituksen eli käytännössä kirjastontarkastajien arvion painaneen vaa'assa eniten. Päätöksissä viitatuissa kirjastolain pykälissä ei määritelty tai mainittu kirjastoihin sopivia kirjallisuuden lajityyppejä tai ylipäättään puhuttu kirjallisuuden laadusta. Kirjastojen tarjonnan laadun ja hankintojen korvattavuuden määritteli siten kirjastotoimi *Arvosteleval kirjaluettelon* ja kirjastontarkastajien avulla. Tämä tuli kuntien tekemien valitusten myötä virallisesti vahvistettua. Suurista rahasummista ei yksittäisissä valituksissa ollut kyse, mutta sitäkin isommasta periaatteellisesta kysymyksestä. Voi olettaa, että Kouluhallituksen päätöksen kumoamisesta olisi seurannut valtionapuhakemusten tulva ja paikallisille

⁷⁰⁵ Tilastokeskuksen julkaiseman *Rahanarvokerroin 1860–2016* mukaan 367,60 mk olisi 664,18 euroa. Suomen virallinen tilasto (SVT): Kuluttajahintaindeksi [verkkojulkaisu]. ISSN=1796-3524. 2016, Rahanarvokerroin 1860–2016. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 10.5.2018].

⁷⁰⁶ KA, Korkeimman hallinto-oikeuden arkisto, KHO:n päätös 3.3.1966 nro 3690/56/64 ja nro 938/56/65.

⁷⁰⁷ Tilastokeskuksen julkaiseman *Rahanarvokerroin 1860–2016* mukaan 32,85 mk olisi 57,11 euroa. Suomen virallinen tilasto (SVT): Kuluttajahintaindeksi [verkkojulkaisu]. ISSN=1796-3524. 2016, Rahanarvokerroin 1860–2016. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 10.5.2018].

⁷⁰⁸ KA, Korkeimman hallinto-oikeuden arkisto, KHO:n päätös 9.5.1968, nro 79/56/67.

kirjastonhoitajille moraalista valtaa hankkia kirjastoon *Arvosteleavassa kirjaluetelossa* tuomittuakin kirjallisuutta.

On huomioitava, että edellä mainittu *Me Naiset* -lehden haastatteleva kirjastonhoitaja viittasi ”kuulleensa”, ettei valtionapua saa jos hankkii Polvaa tai Muskett-kirjoja. Myös muissa kirjastokiellosta kertovissa kommenteissa toistui asiasta kuuleminen. Polva itsekin käytti kuulla-verbiä kertoessaan kirjojensa kirjastokiellosta.⁷⁰⁹ Kiellon toteutuminen perustui korkeimman hallinto-oikeuden päätöstenkin jälkeen viidakkorumpuun, asiasta kertomiseen ja suullisiin ohjeisiin – ei edelleenkään selkeisiin tai yhdenmukaisiin dokumentoituihin määräyksiin.

Palveluperiaate kumoaa kiellot

Kirjastoalan vaikuttajat olivat tietoisia ”maalaiskirjastoista”, joissa suosituksia kylmäverisesti rikottiin. Helle Kannila viittasi tällaisiin kirjastoihin menneessä aikamuodossa *Kirjastolehdestä* julkaisemassaan kolumnissa 1967. Hänen mukaansa aikaisemmin maaseudulla oli pieniä sivukirjastoja, joissa oli vain muutama vanha tietokirja ja kaunokirjallisuus lähes kokonaan viihdettä. Kannilan mielestä nämä kirjastot eivät kuitenkaan houkutelleet luokseen kuin pienen osan nuorisoa.⁷¹⁰ Kirjoituksellaan Kannila vastasi toimittaja Pekka Gronowin *Helsingin Sanomissa* julkaistuun ehdotukseen siitä, että populaarikirjallisuutta pitäisi edes kokeeksi lainata kirjastoissa.⁷¹¹

Toisin kuin Kannila antoi ymmärtää, viihteen tarjoaminen kirjastoissa ei ollut 1960-luvun lopulla menneisyyden ilmiö. Kun Anni Polva myöhemmin muisteli romaaniensa kirjastokieltoa, hän kertoi kuulleensa, että jotkut kirjastonhoitajat olivat uhranneet jopa

⁷⁰⁹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁷¹⁰ Nimimerkki Emerita: Päivästä päivään. *Kirjastolehti* 7/1967, 232–233. Emerita oli Helle Kannilan tunnettu nimimerkki, jolla hän muun muassa kirjoitti säännöllistä kolumnia *Kirjastolehteen*.

⁷¹¹ Gronow, Pekka: Muuttava vai säilyttävä kirjasto. *Helsingin Sanomat* 5.9.1967.

neljä muuta kirjahankeita ostaakseen yhden hänen teoksensa kirjaston valikoimiin. Tämä osoitti rohkeutta, jota Polva sanoi kunnioittavansa.⁷¹²

Kannila esitti paljon kannanottoja sen puolesta, että kirjastonhoitaja oli sivistäjä, joka osaamisellaan ja näkemyksellään valitsi oikeat kirjat ja tarjosi näin lukijoille mahdollisuuden sivistää itseään. Hän piti ajatusta antaa kirjaston käyttäjien itse täysin valita tarjolla olevat teokset mahdottomana paitsi resurssien, myös kirjallisuuden laadun vuoksi. Kannila käytti argumenttina myös verorahoja, sillä eihän karkkia ja limsaakaan tarjota ilmaiseksi kaduilla, miksi sitten ala-arvoista kioskiviihdettä, vaikka jotkut sitä kirjastoihin haluaisivatkin.⁷¹³ Kaikkien kirjastonkäyttäjien toiveita hän ei tyrmännyt, vaan viittasi näihin termillä ”kehittyneet kirjastonkäyttäjät”, joilla oli hyviä mielipiteitä kokoelmista. Kannila oli toiveikas myös ”heikompien” lukijoiden suhteen, joita ei hänen mielestään saanut kehityskelvottomina jättää sille tasolle, johon nämä olivat väliaikaisesti pysähtyneet.⁷¹⁴

Kirjastotoimen tärkeimpänä keinona valvoa kirjastojen kirjatarjontaa oli raha, ja jos kunnassa haluttiin maksaa kirjahankeita itse, oli mahdollista ostaa Polvan kirjoja kirjastoon ohi valtionavun. Kirjastontarkastajilla oli valtionapuhakemusten hylkäämisen lisäksi myös mahdollisuus tarkastuskäyntien yhteydessä antaa huomautuksia valikoimista ja vaatia muutoksia, mutta tällaisista ei keskustelussa näkynyt mainintoja. Kirjastoja oli maassa kuitenkin kolmen tuhatta, ja kirjastontarkastajien virkkoja vain kymmenen.

Me Naiset -lehden haastattelema sivukirjastonhoitaja Knuutila kertoi, ettei Kiukaisten kunnassa ollut omin varoin ostettu Polvan kirjoja, vaikka hän oli sitä vaatinut. Knuutila oli kirjastonhoitajana protestoinut päätöstä. Hän myös kertoi, ettei pitänyt ”näistä nuorien kirjailijoiden kirjoista” ja tietävänsä, että Polvalla ja Muskett-kirjoilla olisi ollut paljon

⁷¹² SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁷¹³ Kannila 1967, 4–7.

⁷¹⁴ Kannila 1967, 7.

lukijoita. Ennen kirjastolain muutosta hankittuja Polvan kirjoja heillä oli tarjolla, mutta nämä olivat ”ihan risoja” ja Knuutila oli yrittänyt niitä itse paikkailla.⁷¹⁵

Kirjastonhoitaja Marja-Leena Nieminen Janakkalan pääkirjastosta puolestaan mainitsi hävittäneensä vanhoja puhkiluettuja Polvan romaaneja. Janakkalassa joukko kuntalaisia oli valittanut kirjastolautakunnalle, etteivät he saaneet verovaroillaan haluamaansa kirjallisuutta ja tämän valituksen johdosta kunta oli päättänyt ostaa itse muutamia kappaleita Polvan kirjoja, joiden suosio oli kirjastonhoitaja Niemisen mukaan taattu.⁷¹⁶ Veroraha-argumentti toimi siten paitsi kirjastokiellon, myös kirjahankintojen puolesta.

Kuten näistä kirjastonhoitajien kommenteista paljastui, olisi Polvan romaaneilla ollut lukijoita myös kirjastoissa. Samassa lehtiartikkelissa haastateltu, silloin Rovaniemen kaupunginkirjaston johtajana toiminut, Jorma Etto edusti monella tavoin erilaista kirjastonhoitajaa. Häntä eivät *Arvostelevalle kirjaluetelun* suositukset, kirjastotoimen ohjeistukset tai kuulopuheet juurikaan näyttäneet hetkauttavan.

Etto toteutti palveluperiaatetta työssään Rovaniemen kaupunginkirjaston johtajana. Hän kertoi *Me Naiset* -lehden haastattelussa, että heiltä löytyi hyllystä Anni Polvan ja Aino Räsäsen kirjoja. Näiden romaanit olivat usein lainassa, mutta kirjoja kyseleville kirjastonhoitajat tarjosivat muuta luettavaa. Eton mielestä olisi ollut moraalisesti väärin sanoa lainaajalle, että kirja, josta tämä oli kiinnostunut, oli liian ala-arvoinen kirjastoon.⁷¹⁷

Etto kertoi Rovaniemellä hankitun systemaattisesti Polvan ja Räsäsen tyyppistä kirjallisuutta erityisesti sairaalakirjastoihin, koska se oli siellä erityisen käyttökelpoista ja terapeutista. Lisäksi hän korosti heidän saaneen kaiken hakemansa valtionavun. Eton mielestä olikin väärin, että pieniltä maalaiskuntien kirjastoilta evättiin valtionapu samoista kirjahankinnoista. Toisaalta Eton mielestä kirjastojen kasvatuslinja oli tuolloin, vuonna 1967, vielä voimissaan maaseudulla, koska siellä kirjastot olivat pieniä, kirjastonhoitajilla vähän aikaa ja heikohko koulutus alalle. Tästä syystä kirjastonhoitajat noudattivat orjallisesti *Arvostelevalle kirjaluetelun* moraalisia linjoja.⁷¹⁸

⁷¹⁵ Finni, Saara: Kirjastokelvottomat Räsänen ja Polva. *Me Naiset* 42/1967.

⁷¹⁶ Finni, Saara: Kirjastokelvottomat Räsänen ja Polva. *Me Naiset* 42/1967.

⁷¹⁷ Finni, Saara: Kirjastokelvottomat Räsänen ja Polva. *Me Naiset* 42/1967.

⁷¹⁸ Finni, Saara: Kirjastokelvottomat Räsänen ja Polva. *Me Naiset* 42/1967.

Jorma Eton edustamaa palveluperiaatetta myös kritisoitiin. Edellä viitatus *Me Naiset* -lehden haastattelun jälkeen kirjastonhoitaja Annikki Kotaniemi julkaisi *Kirjastolehdessä* kiukkuisen kommentin Eton haastatteluun. Hänen mielestään Polvan ja Räsäsen edustaman kevyen luokan viihteen käyttö terapeuttisena kirjallisuutena oli täysin yliarvioitu ajatus. Kotaniemen mukaan Polvan tyyppistä kirjallisuutta voitiin korkeintaan verrata aspiriiniin tai johonkin huumausaineeseen. Toisaalta hän korosti kirjastohoitajan tehtävää kirjaston edustajana, ei viihteellisen ensiapuaseman pyörittäjänä. Kirjastonhoitajan tehtävänä oli ”aktivoida asiakkaita todellisen kirjallisuuden löytämiseen”.⁷¹⁹ Päämäärä oli siten molemmilla sama, menetelmä ja periaatteet vain erilaiset.

Ollessaan kulttuurilehti *Kaltion* päätoimittajana Etto oli 1965 eräässä pääkirjoituksessaan määritellyt yleisten kirjastojen tavoitteeksi sen, että kuka tahansa missä tahansa voisi milloin tahansa saada käyttöönsä minkä kirjan tahansa. Kasvatus tai ennakkosensuuri ei kuulunut Eton mukaan kirjaston tehtäviin. Aikuiskasvatuksen professori Urpo Harva julkaisi *Kirjastolehdessä* pitkäkhön vastineen Eton pääkirjoitukseen. Harva kritisoi Eton näkemystä arvonihilisimiksi, eräänlaiseksi äärimmäisen positivismin ihannoinniksi. Harvan mielestä arvonihilistinen kirjasto olisi mahdollista vain arvonihilistisessä yhteiskunnassa, joka itsessään oli mahdottomuus. Kansansivistystyön uranuurtajana Harva näki lukemisen ja kirjastojen kasvatuksellisen tehtävän vahvana. Harva näki kasvattajien, eli vanhempien, koulun ja kansansivistäjien, tehtävänä herättää harrastus ”hyvään” kirjallisuuteen niin, ettei ”roskakirjallisuudelle” ole riittävästi lukijakuntaa.⁷²⁰

Siinä missä muun muassa Etto, Utrio ja Gronow edustivat jonkinlaista positiivista porttiteoriaa, Kannila ja hänen näkemyksensä jakavat kirjastonhoitajat ja kirjastontarkastajat puolestaan lähes nollatoleranssia. Polvan edustama viihde näytteli tässä keskustelussa joka tapauksessa tunnustetun huonon kirjallisuuden roolia. Kyse olikin siitä, kannattiko huono kirjallisuus pyyhkiä suoraan maton alle, vai olisiko sillä voinut houkutella maaseudun väkeä lukemaan edes jotain.

⁷¹⁹ Kotaniemi, Annikki: Polvaako potilaille? *Kirjastolehti* 1/1967.

⁷²⁰ Harva, Yrjö: Arvonihilistinen kirjasto. *Kirjastolehti* 2/1965, 30–32.

Valtionapujärjestelmän toteutumisen valvonta osui erityisesti maaseudun kirjastoihin. Saattaa olla, että tästä syystä julkisessa keskustelussa nousivat myös maaseudun lukijat esille joko kasvatettavina tai kirjastoon houkuteltavina, riippuen siitä kannattiko kommentoija niin sanottua kasvatus- vai palveluperiaatetta.

Eton näkemys maaseutukirjastojen käyttäjästä oli lopulta samankaltainen Kannilan edustaman näkemyksen kanssa. Etto ei suoraan määritellyt maalaiskuntien yleisöä kehittymättömäksi, mutta mainitsi kuitenkin, että oli turha hankkia kolme kappaletta samaa Dostojevskiä, kun niistä vain yhtä tai kahta lainattiin ja samalla jättää hankkimatta kirjallisuutta, jota luettaisiin. Kirjastojen käyttäjät ja Polva-tyyppisen kirjallisuuden lukijat tulivat siten määriteltyä sen mukaan mitä he eivät todennäköisesti lukeneet. Samankaltaisen määrittelyn teki Tammen Utrio kuvaillessaan miten kirjaston pitäisi olla kuin kylän baari ja kirjojen kuin sen levyautomaatti. ”*Mutta niin kuin baarin levyautomaatissa ei kukaan valitse Sibeliuksen sinfoniaa, ei kirjastossa pidä myöskään tyrkyttää ’ei-kirjailmiselle’ William Faulkneria, vaan aloittaa mieluummin Netta Muskettista tai Ian Flemingistä*”, Utrio kirjoitti.⁷²¹

Utrion mukaan saattoi käydä niin, että kirjastoon hankittiin kirjoja, jotka ylittivät jonkin maalaispitäjän asukkaiden kirjallisen sulatuskyvyn. Esimerkkinä tällaisista kirjailijoista hän mainitsi Alain Robbe-Grillet’n, William Faulknerin ja James Joycen. Tätä samaa näkemystä edusti *Kirjastolehden* populaarikirjallisuuskyselyyn osallistunut kirjailija Kalevi Haikara jakaessaan idean, että ihmisiä voitaisiin houkutella populaarikirjallisuuden avulla kirjastojen asiakkaisiksi ja huomaamaan, että Marja-Liisa Vartion romaanit olivat yhtä jännittäviä ja tosia kuin Hilja Valtosen tai Aino Räsäsen.⁷²²

Polva oli itsekin esittänyt tämän ajatuksen viihteestä porttina parempaan kirjallisuuteen jo 1949 kirjeessään kustantajalleen. Hän pohti taiteen ja oman tyylinsä suhdetta ja piti omaa kirjallisuuttaan lukijoilleen tienä todelliseen taiteeseen. ”*Ellei tällaista kirjallisuutta olisi, ei moni syvien rivien asukas tarttuisi kirjaan lainkaan. Näihin he tarttuvat ja ne kenties alimpana portaana saavat heidät astumaan seuraavallekin portaalle.*”⁷²³

⁷²¹ Utrio 1968, 163–164.

⁷²² Populaarikirjallisuus ja kirjastot. *Kirjastolehti* 2/1967.

⁷²³ KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 22, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 17.12.1949.

Viitaten aiemmin esiteltyjen lukemistutkimusten tuloksiin kirjanlukijoiden aktiivisuudesta, voi mielestäni vain arvella, kuinka todennäköistä oli, että kaupunkilainenkaan kirjastokortin omistaja valitsi esimerkiksi James Joycen tai Alain Robbe-Grillet'n teoksen. Epäilemättä näillä kirjallisuuden huippunimillä oli lukijansa, mutta mikään lukijatutkimuksissa ei anna perusteita määritellä todennäköiseksi lukijaksi kaupunkilaista tai maalaista. Erittäin todennäköistä on se, että kirjallisuuden merkkiteoksia lainasi suhteellisen pieni joukko aktiivisia lukijoita, joiden piikkiin jopa 80 prosenttia kaikesta luetusta kirjallisuudesta muutenkin meni.

Outi Vuorenrinne on selvittänyt väitöskirjassaan, että varsinkin viihdekirjojen niin sanottu kirjastokielto poistui 1960-luvun lopulla. Koska kielto ei perustunut mihinkään kirjattuun ohjeeseen, sen poistuminenkin jäi aluksi hyvin epäselväksi. Vuorenrinne tulkitsee valtion kirjastontarkastajien käymän kirjeenvaihdon ja kokouspöytäkirjojen perusteella, että tarkastajat alkoivat sallia edellä mainittujen kirjailijoiden teosten valtionavun vuoden 1968 aikana. Kirjaamattoman kiellon purku oli aiheuttanut myös ihmettelyä joissain tarkastajissa, sillä korkeimman hallinto-oikeuden päätöksestä oli kulunut vasta muutamia vuosia. Virallista päätöstä tarkastajat eivät kiellon purkamisesta koskaan tehneet tai siitä erityisemmin tiedottaneet.⁷²⁴

Polvan kokemuksia kirjastokiellosta ja kritikoista

Anni Polva osallistui Jyväskylän yliopiston järjestämään keskustelutilaisuuteen kesällä 1972. Tuolloin 57-vuotias kirjailija osallistui jaksamisensa rajoissa tällaisiin paneeleihin ja tilaisuuksiin, joissa yleisöllä oli mahdollisuus kysyä häneltä hänen kirjoistaan ja kirjoittamisestaan. Tilaisuus erosi tyypillisestä lukijatapaamisesta siinä, että sen järjestäjinä oli yliopistoväkeä ja mukana opiskelijoita ainakin Jyväskylän yliopistosta.

Tilaisuuden aluksi Polva esitti topakalla äänellään toiveen, että yleisö kysyisi häneltä mitä vain, sillä häntä ei tarvitsisi sääliä. Polva kertoi tietävänsä, että häntä ei kukaan ottanut vakavasti, mutta se ei häntä haitannut, sillä hänen tavoitteensa oli saada ihmiset hyvälle

⁷²⁴ Vuorenrinne 2015, 138–139.

tuulelle. "*Murheita tässä maassa riittää, hymy tuntuu olevan ahtaammalla*", Polva tiivistä tunteensa.⁷²⁵

Polva kertoi kokemuksistaan kriitikoiden kanssa. Hänen tekstejään oli moitittu ja toisaalta hänelle oli hymyilty, sillä hänen kirjojensa rakkaus nähtiin Polvan mukaan vanhanaikaisena ja sinisilmäisenä. Polvalla oli tähän selkeä vasta-argumentti. Hänen mielestään juuri tuollainen naurettu vanhanaikainen rakkauden muoto lisääntyi ja sitä kaivattiin päivä päivältä enemmän. Hänen omien kirjojensa myynti, kesään 1972 mennessä yli 1,3 miljoonaa kappaletta, todisti tästä. Kriittiselle yleisölleen Polva korosti tekevänsäkin viihdettä, ei taidetta. Kirja oli hänen mukaansa kuin kuulakärkikynä tai auto. Jotain, joka kuului jokaisen käsiin.⁷²⁶

Osan esityksestään Polva kertoi valmistaneensa kirjoitettuna, koska tiesi paikalla olevan paljon kirjallisuusväkeä. Heille hänellä oli sanottavaa. Tämä pieni pamfletti käsitteli kirjallisuuden sensurointia. Hän ihmetteli sitä, kuka oli antanut demokraattisessa valtiossa pienelle joukolle oikeuden määrätä mitä muut saivat lukea. Polvan mukaan seksiä, sadismia ja pornoa kuvaavat teokset hyväksyttiin taiteena, mutta oli kuolemansynti, jos joku luki ajanvietettä. Hänen näkemyksensä mukaan pieni kirjallinen eliitti yritti tappaa ajanvietteen varjellakseen mustasukkaisesti omaansa ja pelkäsi, että ajanviete vie lukijat taiteelta. Tässä Polvan mukaan ei olisi voitu olla enemmän väärässä. Ajanviete rohkaisi lukemaan lisää, madalsi kynnystä kiinnostua muustakin kirjallisuudesta. Polva heitti mukaan myös aikaisemmin käyttämänsä argumentin siitä, että ajanvietteen viholliset eivät olleet tietävinään, että ajanviete oikeastaan elätti taidekirjallisuuden. Melkein jokainen taidekirja tuotti tappiota ja ne kustannettiin bestsellereillä. Polvan mielestä kritiikissä kävisi niin, että pieni kirjallinen herkuttelijaryhmä sahasi omaa oksaansa poikki, kun vaativat ajanvietekirjallisuutta polttoroviolle.⁷²⁷

Polvan pamfletissa oli tuttuja argumentteja, joita muun muassa Tammen johtaja Untamo Utrio käytti kirjassaan *Kauppatavarana sivistys*. Näkemystä viihteestä porttina

⁷²⁵ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁷²⁶ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁷²⁷ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

parempaan kirjallisuuteen oli käytetty paljon julkisessa keskustelussa kirjastojen kirjalinnasta ja viihdekirjoista.

Polvan edellä mainitussa seminaarissa pitämästä puheesta ja monista hänen myöhemmistä muisteluistaan kuultaa läpi pettymys kriitikoihin ja kokemus arvostuksen puutteesta. Lukijoiltaan Polva koki saavansa paljon arvostusta ja kannustusta, niin aikuisilta kuin nuorilta *Tiinan* ihailijoilta. Silti se ei riittänyt, sillä hän selvästi janoi myös yhteiskunnallista arvostusta. Sitä ei kuitenkaan hänelle osoitettu vaan päinvastoin kirjallisuuden portinvartijat pitivät kiinni Polvan huonoudesta.

Korkeimman hallinto-oikeuden päätöksillä oli varmasti iso symbolinen merkitys Polvan maineelle. Vaikka Polva itse viittasi usein itseensä ja Räsäseen yhdessä, tosiasiaa Polvan romaanit niputettiin samaan ryhmään Tammen julkaisemien Golonin Angelika-kirjojen ja Muskettin rakkausviihteen kanssa. Näin Anni Polvan romaanit saivat tyystin toisenlaisen leiman kuin esimerkiksi Hilja Valtosen kirjat 1920- ja 1930-luvuilla. Kun *Helsingin Sanomat* haastatteli yleisten kirjastojen kirjalinnasta kirjastoamanuenssi Anneli Putkosta ja Helsingin kaupunginkirjaston laitoskirjaston johtajaa Mirjam Nybergiä toukokuussa 1969, nämä kertoivat, että kirjastolaitoksen ensisijaisena tehtävänä oli sivistyksen jakaminen, ei lukuharrastuksen tyydyttäminen. Tästä syystä varsinkin maaseudun kirjastoissa oli kova työ karsia tarjontaa sivistäväksi. Putkosen mukaan kirjastoista kyseltiin jatkuvasti Polvaa, Muskettia ja Angelica-kirjoja. Tällaiset kyselyt olivat ongelma, mutta pienistä määrärahoista ei voitu sijoittaa kaikkiin kirjoihin. ”Kysyjille tarjoamme Aino Räsäsen tai Hilja Valtosen hieman samantapaisia kirjoja”, Nyberg kertoi.⁷²⁸ Tämä kommentti antaa viitteitä siitä, että myös kirjallisuusalan ammattilaiset niputtivat Polvan lähemmäksi Muskettia ja Golonia kuin Aino Räsästä tai Hilja Valtosta.

Polva tuntui olevan pattitilanteessa toisaalta valtavan kirjamyynnin ja lukijasuosion, toisaalta kirjallisuuden alan ammattilaisten väheksynnän ja kritisoinnin ristiaallokossa. Polva ei ollut urallaan kritiikin kohteena yksin. Kun 1980-luvun taitteessa hänen teoksiaan oli julkaistu yli 2 miljoonaa kappaletta, kirjailija Hilja Valtonen onnitteli

⁷²⁸ Karo, Leena: Täyttääkö kirjasto palvelutehtävänsä. *Helsingin Sanomat* 7.5.1969.

kirjeitse kollegaansa. Valtonen iloitsi siitä, että ”*meitä ajanviettelijöitä onnistaa*”. Arvostelijoiden hän epäili saaneen pippurimyrkytyksen, mikä oli heille oikein.⁷²⁹

Valtosen viestissä henkii sama näkemys kriitikoista kuin Anni Polvan lukuisista haastatteluista, monista säilyneistä kirjoituksista ja kommenteista. Ilo omasta menestyksestä, myös taloudellisesta, ja silti katkeruus kohtuuttomiksi koettuja kritiikkejä kohtaan. Haastatteluissa Polva kertoi useista keskusteluistaan ystävänsä Kalle Päätalon kanssa samasta aiheesta, kirjallisuuskritiikistä, ja sen epäreiludesta.⁷³⁰

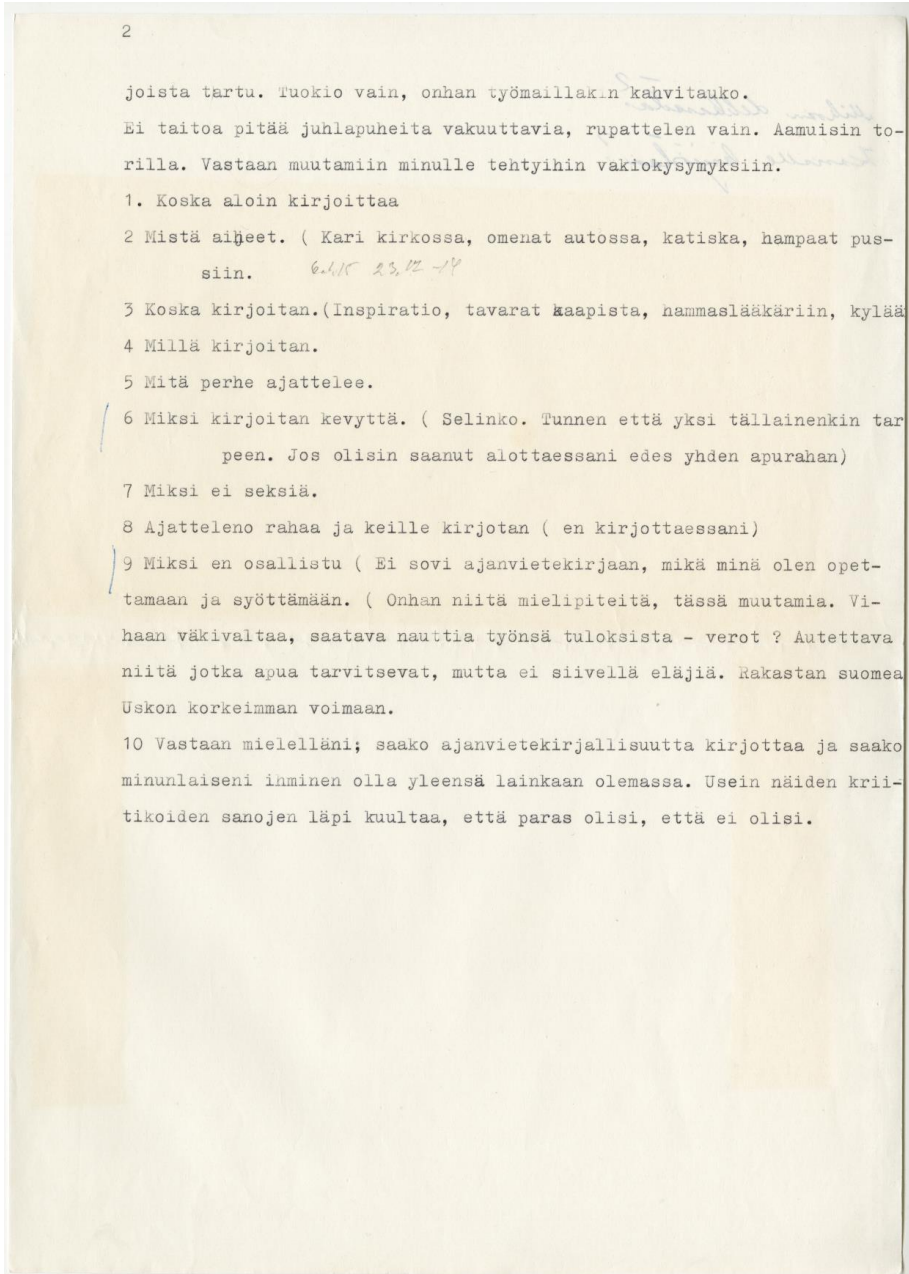
Viihdekirjailijan leima oli tiukasti kiinni Polvassa. Toisaalta hän hyväksyi sen itse ja määritteli itsensä ajanvietteen kirjoittajaksi, joskus jopa itseään reilusti vähätellen. Kun Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran haastattelija Raija Majamaa kysyi Polvalta tämän toteutumattomista nuoruuden ammattihaaveista, Polva tiivistä yli kaksi miljoona painettua kirjaansa lauseeseen: ”*Eihän musta sitten tullu muuta ku äiti vaan, mut tuli noita kirjoja*”.⁷³¹

⁷²⁹ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kirjeenvaihto. Hilja Valtonen Anni Polvianderille 20.1.1980.

⁷³⁰ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1983:94–96, 1983:100, 1984:63–64; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi. AB2869.

⁷³¹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa. KIAÄ 1986:49–51; SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelun litterointi 1987, Kyllikki Talas. AB3030.

Kuva 28. Anni Polvan etukäteen kirjaamia vastauksia mahdollisiin yleisökysymyksiin



Lähde: SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Kannattaako ajanvietettä kirjoittaa ja miksi? Päiväämätön. Kotelo 28.

6.4 Hetki parrasvaloissa 1960-luvun viimeisinä vuosina

Kun aiemmin oli viihteestä käytetty yleisesti termiä ajanviette, nousi 1960-luvun lopun keskustelussa esille käsite *populaari*. Mediassa alettiin puhua populaarikulttuurista ja populaarikirjallisuudesta. Volyymi, julkinen ja massa määrittivät termin.

Me Naiset -lehdessä julkaistiin 1967 usean sivun juttu Anni Polvasta ja Aino Räsäsestä. Jutun ingressi kuvasi hyvin mistä populaarikulttuurin määrittelyssä oli kyse: "*Autuaan tietämättöminä siitä, että popväki keksi tehdä populäärikirjallisuudesta parhaimmiston muotivillityksen, lukee kansa edelleen Räsästä ja Polvaa niin että silmissä vilisee.*"⁷³² Tapa, jolla ingressissä viitataan käsitteeseen *populäärikirjallisuus*, kertoo paitsi termin uutuudesta myös siitä, miten jutun kirjoittaja tuo käsitteen määrittelyyn luokkanäkökulman. *Kansa* on tietämätön ja lukee suosikkejaan, kun *popväki* tekee näistä pieneksi hetkeksi sankareita. *Popväki* on siis jotain, joka voi nostaa esille, määritellä ja rakentaa muotivillityksiä, kun *kansa* puolestaan etenee omaa polkuaan omine kiinnostuksenkohteineen kokonaan eri kentällä. Bourdieulaisessa ajattelussa työväenluokka näyttäytyy epäitsenäisenä ja vallan kohteena sekä kulttuurisen taistelun ulkopuolella. Työväenluokka ei tiedä, tunnista eikä välitä kulttuurikentän taistelusta. Johanna Mäkelän mukaan Bourdieun kenttäanalyysi osoittaa kentän ulkopuolella olevien ihmisten voimattomuuden.⁷³³

Populaarikulttuurista puhumisessa oli kyse eräänlaisesta muoti-ilmiöstä. Nuoren sivistyneistön suoranainen ryntäys populaarikulttuurin pariin näkyi kaikilla kulttuurin alueilla, kuvailee Tarja Rautiainen, joka on perehtynyt siihen, miten populaarikulttuurin löysi nuori taidemusiikkia modernisoiva sukupolvi. Ajatus aktivoivasta ja edistyksellisestä populaarimusiikista nousi keskustelussa esille varsinkin 1960-luvun lopulla.⁷³⁴ Kirjallisuuden alueella populaarikirjallisuus herätti kiinnostusta, varsinkin

⁷³² Finni, Saara: Kirjastokelvottomat Räsänen ja Polva. *Me Naiset* 42/1967.

⁷³³ Mäkelä 1994, 251.

⁷³⁴ Kts. Rautiainen 2001.

sarjakuvien ja niin kutsutun kioskirjallisuuden osalta. Erityisesti sarjakuvat nousivat undergroundkirjallisuuden huipulle ja populaarikulttuurin eliittiin.⁷³⁵

Vuonna 1967 järjestivät Helsingin yliopiston ylioppilaskunta ja taiteilijayhdistys Kiila kaksipäiväisen seminaarin populaarikulttuurista. Siellä esiintyivät muun muassa toimittaja Pekka Gronow, poliitikko ja kirjailija Arvo Salo, toimittaja Pertti Hemánus, toimittaja ja kirjailija Kalevi Haikara sekä psykologi Kalevi Takala. Seminaarin jälkeen *Kirjastolehti* teki kiertokyselyn mainituille asiantuntijoille. Muokkaamattomina julkaistuissa vastauksissa he määrittelivät mitä populaarikirjallisuus heidän mielestään tarkoittaa.

Toimittaja Pekka Gronowin mukaan termiä piti käyttää, jos ollenkaan, deskriptiivisesti. Gronow sanoutui irti termiin sisältyvistä arvoarvostelmista ja haki yhdenmukaista määrittelyä. Tärkeintä oli, että keskustelijat selvittivät missä merkityksessä he itse käyttivät sanaa. Kirjailija Kalevi Haikaran näkemyksen mukaan populaarikirjallisuus voitaisiin määritellä käsittämään sellainen kirjallinen tuotanto, joka ei pyri selvään taiteelliseen tai tieteelliseen päämäärään. Hän lisäsi, että kaunokirjallisuutena populaarikirjallisuus manipuloi muutamien melko yksinkertaisten myyttien, kirjallisten kaavojen ja yleisten asenteiden varassa. Kirjailijanimistä Haikara nosti esille Martti Paloheimon, Niilo Lauttamuksen ja Anni Polvan.⁷³⁶

Pertti Hemánus yhdisti Gronowin ja Haikaran näkemykset määritellessään populaarikirjallisuuden tavoitteeksi mahdollisimman suuren menekin ilman taiteellisia tavoitteita. Populaarikirjallisuus tyydytti lukijoissaan monia piileviä tarpeita: seikkailuja, jännitystä, romantiikkaa ja seksuaalisia elämyksiä. Kirjailijanimistä Hemánus nosti esille Anni Polvan, Mauri Sariolan, Hilja Haahden, Hilja Valtosen, Aino Räsäsen, Outsiderin ja Marton Taigan.

Toisin kuin esimerkiksi Gronow ja Hemanus, Arvo Salo korosti, etteivät kirjailijan tavoitteet määrittele teosta populaari- tai taidekirjallisuudeksi, eikä sen puoleen

⁷³⁵ Kts. esimerkiksi Gronow, Pekka: Sarjakuva syytettyjen penkillä. *Aika* 4/1971. Gronow esittelee mm. amerikkalaisen sarjakuvan historiaa ja mainitsee esimerkiksi Robert Crumbin populaarikulttuurin James Joycena.

⁷³⁶ Populaarikirjallisuus ja kirjastot. *Kirjastolehti* 2/1967.

lukijankaan tavoite tämän tартtuessa kirjaan.⁷³⁷ Psykologi Kalevi Takala taas lähti määrittelyssään liikkeelle juurikin lukijasta. Hänen mukaansa populaarikirjallisuus ei vaatinut lukijaansa käyttämään kykykapasiteettiaan riittävästi ja toimi keinona lukijan omien ongelmien unohtamiseksi ja sekä purki tarpeita ja tunteita yksilön persoonallisuuden jäsentymisastetta alkeellisemmalla tavalla.⁷³⁸

Näistä määritelmistä Salon näkemys oli aikaansa nähden radikaali, muissa toistuivat näkemykset myyntimenestyksestä, tarpeentyydytyksestä sekä lajityypin kaavamaisuudesta. Toisaalta seminaarista kirjoitetuissa uutisista ilmeni, että tilaisuudessa oli puhuttu paljon siitä, miten populaarikulttuuri pitäisi ottaa vastaan samanarvoisena taiteen kanssa, vailla kulmakarvojen nostelua.⁷³⁹ Kalevi Haikara oli esimerkiksi nostanut keskusteluun näkemyksen siitä, että populaarikulttuurin kanssa tekemisissä olevat ihmiset käyttivät lopulta samoja henkisiä kykyjä kuin ollessaan taiteen kanssa tekemisissä. Hiukan ironisesti Haikara kommentoi, että tähän tosiasiaan on toive paremmasta tulevaisuudesta ripustettava.⁷⁴⁰ Tällaisilla näkemyksillä tehtiin pesäeroa yleisemmin vallalla olevaan näkemykseen populaarikulttuurin yleisöstä ”toisena”, taiteesta ja sen vaatimasta henkisestä pääomasta erillään olevana joukkona.

Toinen esille nostettu tema oli ajan viettäminen eli populaarikulttuuri ajanvietteenä. Haikara viittasi massakulttuurin rooliin työnteon edistäjänä ja vapaahetken lepuuttajana. Esimerkiksi musiikki toimi työnteon taustalla ja elokuva viikonlopun virkistäjänä. Seminaarissa puhunut sosiologi Osmo Koskelainen nosti lisääntyneen vapaa-ajan syyksi sille, miksi juuri nyt puhuttiin niin paljon populaarikulttuurista. Suuri yleisö ei yksinkertaisesti ollut hänen mukaansa voinut nauttia kulttuurista ilman sen tärkeintä edellytystä: aikaa.⁷⁴¹

⁷³⁷ Populaarikirjallisuus ja kirjastot. *Kirjastolehti* 2/1967.

⁷³⁸ Populaarikirjallisuus ja kirjastot. *Kirjastolehti* 2/1967.

⁷³⁹ HYY:n ja Kiilan onnistunut ”mesokulttuuriseminaari”, *Suomen Sosialidemokraatti* 8.3.1967.

⁷⁴⁰ HYY:n ja Kiilan onnistunut ”mesokulttuuriseminaari”, *Suomen Sosialidemokraatti* 8.3.1967.

⁷⁴¹ Populaarikulttuuriin kiinnitettävä huomiota – opetusta, arvostelua, tutkimusta tarvitaan, *Uusi Suomi* 7.3.1967.

Ajanvietteen moittiminen siitä, ettei se kasvata henkisiä kykyjä oli Haikaran mielestä turhaa. Ihmiset eivät halunneet hänen mukaansa ala-arvoista, vaan he halusivat luontevaa. Koska taide ei tuntunut useista luontevalta, vaan juhlalliselta ja jäykältä, hakeuduttiin luontevan pariin muualle eli massakulttuuriin. Populaareissa tarinoissa viihdytti Haikaran mukaan niiden myyttisyys. Esimerkiksi Penelope- ja Tuhkimo-myytit nyhkytarinoissa, Pyhän Yrjön tai Jaakon ja pavunvarren tarina dekkareissa ja sarjakuvisa. Myytit olivat Haikaran mukaan positiivisia, ne auttoivat ymmärtämään, toimivat terapiana ja loivat uskoa selviytymiseen. Täysin Haikara ei silti populaarikulttuurin tuotteita kehunut, vaan moitti myyttien käsittelyn yksiviivaisuutta. Myös kaupallisuuden peikko nousi esille populaarikulttuurin varjopuolena.⁷⁴²

Bourdieuun mukaan jokainen kentällä tapahtuva asemien valtaaminen määrittyy suhteessa mahdollisuuksiin ja tulevaan. Kulttuurisella kentällä toimimisessa on kyse uskosta ja uskomuksista. Esimerkiksi kirjallisen teoksen merkitys muuttuu aina kun kenttäkin muuttuu.⁷⁴³ Klassikko tulee uudelleen luetuksi uusista lähtökohdista ja saa uudenlaisen kohtelun, tai kokonaan uusia näkemyksiä ja teoksia nousee oikeaoppisuuden piiriin. Seminaarissa olleet keskustelijat olivat monin tavoin mukana uuden suomalaisen kulttuurin määrittelyssä 1960-luvulla.⁷⁴⁴ Puheena olevan seminaarin ja siellä kädyt keskustelut voi tulkita yhdeksi signaaliksi kulttuurin kentällä tapahtuvista muutoksista. Se, että aiheesta ylipäätyään keskusteltiin ja samoissa lauseissa mainittiin taide ja populaari, oli eräänlaista doksan rikkomista. Toki esimerkiksi Arvo Salo Lapualaisopperallaan tai Pekka Gronow yhdessä M. A. Nummisen kanssa olivat jo tömistelleet näkyvästi kulttuurin kentän olemassa olevia pölyjä ilmaan ja tämän tyyppinen seminaari oli vain osa laajempaa toimintakokonaisuutta.

⁷⁴² Populaarikulttuuriin kiinnitettävä huomiota – opetusta, arvostelua, tutkimusta tarvitaan, *Uusi Suomi* 7.3.1967.

⁷⁴³ Bourdieu 1993, 31.

⁷⁴⁴ Arvo Salo oli vuotta aikaisemmin valittu SDP:n kansanedustajaksi ja kirjoittanut Ylioppilasteatterille *Lapualaisopperan*, Pekka Gronow teki Yleisradiolle musiikkiohjelmia ja oli perustanut M. A. Nummisen kanssa underground-musiikkia tekevän levy-yhtiön, Pertti Hemánus oli journalisti ja tiedotusopin tutkija (1973 alkaen Tampereen yliopistossa tiedotusopin professori), Kalevi Haikara oli kirjailija ja kulttuuriaktiivi.

Keskustelijoiden käyttämät argumentit ja määritelmät olivat silti hyvin erilaisia kuin esimerkiksi Anni Polvan oma puhe teostensa puolesta, lukuun ottamatta Kalevi Haikaran näkemystä populaarista vapaahetken virkistäjänä.

6.5 Unelmien pelikentällä – 1970-luvun taitteen kritiikki ja brändin puolustus

Poliittinen kenttä oli liikkunut läpi 1960-luvun vasemmalle. Tämä liike näkyi esimerkiksi eduskunnan vasemmistoenemmistönä 1966 vaaleissa, sosiaaliturvan rakentamisessa ja kekkoslaisessa poliittisessa kulttuurissa.⁷⁴⁵ Suomessa kulttuurivallankumous jätti suurimmat jäljet politiikkaan, mutta myös taiteen ja populaarikulttuurin lajit kehittyivät merkittävästi 1960-luvulla.⁷⁴⁶ Positiiviset käsitykset populaarista alkoivat hälvetä kulttuurikentän muuttuessa 1960-luvun viimeisinä vuosina, kun pieni, mutta kovaääninen ja kulttuurisesti vaikutusvaltainen osa nuoria aikuisia otti 1960-luvun viimeisinä vuosina poliittisesti lisäaskelen vasemmalle ja alkoi kritisoida aikaisempaa ”60-lukulaiseksi” tulkittua sukupolvea porvariston nuolijoiksi. Joidenkin mukaan kyse oli vasta nyt oikeasta 1960-luvusta, kun taas toisten mielestä vuodesta 1968 alkoi 1970-luku.

Tarja Rautiainen on määritellyt kaksi kritiikin suuntausta konservatiivis-elitistiseksi ja radikaali-elitististiseksi, jotka sopivat hyvin myös populaarikirjallisuuden analysointiin.⁷⁴⁷ Rautiaisen mukaan 1960-luvun lopulla niin konservatiivinen taide-eliitti kuin marxismi-leninismiin ihastuneet taistolaisnuoret jakoivat saman arvopohjan mitä populaarikulttuurin arviointiin tuli. Näin kansallisen kulttuurin yhtenäinen, kansanvalistukseen linkittyvä ihanne säilyi.⁷⁴⁸ Erojakin oli, sillä radikaalien kritiikki kohdistui erityisesti populaarikulttuurin kaupallisuuteen. Huomattavaa on, että Rautiaisen kuvaamat kaksi ryhmää, radikaalit ja konservatiivit edustivat kulttuurin kentällä

⁷⁴⁵ Uljas 2008, 185–186.

⁷⁴⁶ Eerola, Wilska ja Ruonavaara 2004, 18.

⁷⁴⁷ Rautiainen määrittelee kolmannenkin ryhmän: kotimaiset iskelmämusiikin avainhenkilöt. En ota tähän – ellei sitten löydy kirjallisuudesta jokin vastaava näkökulma? Kolmannen ryhmän kritiikki: Kaupallisuuden lisäksi populaarikulttuuriin kohdistui kritiikkiä myös vahvan ”ulkomaalaisuuden” vuoksi ja varsinkin populaarimusiikin osalta musiikkiin liittyvät vahvat seksuaaliset viitteet (kirkuvat fanityttölaumat, pop-bändien esiintyminen jne.).

⁷⁴⁸ Rautiainen 2003, 307–308.

toimivista vain pientä osaa. Niin sanotut tavalliset kulttuurin käyttäjät olivat suurin ryhmä, jonka kulutustottumukset eivät edelleenkään välttämättä vastanneet eliitin, sen enempää konservatiivisen kuin radikaalin, arvopohjaa.

Marja-Leena Mikkolan muisteluiden mukaan 1968 oli käännekohta siinä, miten nuoret kulttuuriradikaalit löysivät maailman. Kiinnostus kasvoi ja tieto maailmasta laajeni maantieteellisesti yli Euroopan reunojen sekä ajallisesti oman maan historiaan. Monet alkoivat vasta nyt todella pohtia vuoden 1918 tapahtumia ja Suomen roolia toisessa maailmansodassa Saksan liittolaisena, useimmat heräsivät huomaamaan tuolloin vielä kolmanneksi maailmaksi kutsutun maapallon osan ongelmat. Mikkola nostaa globaalin ja paikallisen suhteen muutoksen keskeiseksi 1970-lukua ja erityisesti vasemmistolaista ajattelua ja kulttuuri-ilmapiiriä määrittäneeksi tekijäksi. Globaalista tuli paikallista ja paikallisesta globaalia, ja tämä vaikutti kaikkeen toimintaan.⁷⁴⁹

1960-lukua käsittelevässä seminaarissa 1993 puhunut Kimmo Rentola nosti Jörn Donnerin elokuvan *Mustaa valkoisella* (1968) esimerkiksi käännteestä, joka kulttuuripiireissä tapahtui. Osallistuvaksi ja ”mainoshumpuukin” vastaiseksi oletettu elokuva paljastuikin kulttuuriradikaalien haikaileman muutoksen sijaan rahan ja julkisuuden vallan kasvua kuvaavaksi, markkinahuomiota seksikohtauksilla kalastelevaksi tuotteeksi.⁷⁵⁰

Uutta radikalismia leimasi vahva kulutusyhteiskunnan ja autoritaarisuuden vastustus. Rentolan mukaan varsinkin koti oli näille nuorille autoritaarisuuden symbolina jonkinlainen taantumuksen taimilava.⁷⁵¹ Uudet taidemuodot, sarjakuvat ja populaarimusiikki kyllä hyväksyttiin, mutta vain jos niiden tekijöillä katsottiin olevan ei-kaupalliset motiivit. Varsinkin kansainvälinen massakulttuuri koettiin ongelmana kaupallisuuden ja standardimuotojen tähden.⁷⁵² Rautiainen nostaa esille muun muassa Seppo Toiviaisen väitöskirjan vuodelta 1970, jossa tämä kuvaa musiikin kuuntelun luokkaristiriitaa määrittelemällä populaarimusiikin kannabikseksi kansalle.⁷⁵³ Raskaan

⁷⁴⁹ Mikkola 2010, 64–65; Hemming 2010, 35–37.

⁷⁵⁰ Rentola 1994, 11.

⁷⁵¹ Rentola 1994, 16.

⁷⁵² Alasuutari 1996, 223.

⁷⁵³ Rautiainen 2003, 284–287.

työpäivän jälkeen kuunneltuna se rauhoitti, mutta ei johtanut kysymään miksi työpäivä oli raskas.

Kirjastonhoitajana ja kehitysyhteistyössä työskennellyt Marjatta Hemming tiivistää ajan kirjallisuuden tärkeät teemat arkipäivään, ihmisläheisyyteen ja yhteiskunnallisuuteen. Hyvin tärkeää oli maailman avautuminen oman maan ja Euroopan rajojen yli. Kulttuuri- ja yhteiskunnallisilla aloilla toimivien nuorten aikuisten usko muutokseen ja vaikuttamiseen oli vankka. Maailman kuvaamisen sijaan vaadittiin maailman muuttamista. Hemmingin mukaan keskustelusta näkyi suhtautuminen monelle uuteen vapaa-aikaan, kun koneistuminen ja muut työn muutokset tarjosivat yhä useammilla aloilla enemmän vapaata. Dekkareita pahemmaksi viihteeksi koettu romantiikka liittyi erityisesti naisten lisääntyneeseen vapaa-aikaan. Hemmingin mielestä varsinkin heräävä feminismi näki romantiikan pahimman luokan hämärryksenä, mutta kukaan ei voinut mitään markkinoille, joille tulvi bestsellereitä ja viihdekirjallisuutta.⁷⁵⁴

Seppo Tuokon kirjoitus *Ajassa* vuonna 1970 tiivisti eliitin suhtautumisen populaariin. Populaarin sijaan Tuokko tosin sanoi käyttävänsä mieluummin termiä massakulttuuri, sillä termi toi paremmin mieleen kulttuuri-ilmion tunnusmerkit: massatuotannon, massamarkkinoinnin ja massakulutuksen.⁷⁵⁵ Populaarikulttuuri-termi oli hänen mukaansa ylenpalttisessa käytössä piloille kulunut. Kaupallisuus oli massakulttuurin näkyvin piirre ”(...) ja se katsotaan laatumääritelmänä ehdottoman negatiiviseksi”.⁷⁵⁶ Tuokon mukaan liikevoiton etsintä oli massakulttuurin osa-alueilla, elokuvissa, viikkolehdistä, televisiosarjoissa ja viihderomaaneissa suorastaan maanista. Tuokko määritteli massakulttuurin tuotokset hyödykkeiksi, joita valmistettiin mahtavina sarjoina, ja jotka edellyttivät standardointia. Standardi taas toi henkiselle tuotteelle auttamatta tasapaksuisuutta ja keskinkertaisuutta.

Tuokko piti syyllisenä massakulttuurin jylläämiseen paitsi voittoa tavoittelevaa häikäilemätöntä liikemiestä, myös kasvatus- ja koulutussysteemiä. Koulut eivät kasvattaneet taiteen vastaanottamiseen. Hän kyllä tunnusti, että työ lukutottumusten istuttamiseen kouluissa oli kantanut hedelmää ja myydyimmät teokset ”lukuun ottamatta

⁷⁵⁴ Hemming 2010, 38–41.

⁷⁵⁵ Tuokko, Seppo: Massakulttuuri röntgenkuvassa. *Aika* 4/1970.

⁷⁵⁶ Tuokko, Seppo: Massakulttuuri röntgenkuvassa. *Aika* 4/1970.

yhtä tai kahta sariolaa” olivat lähes siedettävä kokonaisuus. Hänen mukaansa ”*Toivo Särkät ja Mauri Sariolat*” kyllä puolustivat tuotoksiaan kansan tahdolla ja se olikin perusteltua, sillä kansa tahtoi helppoa ja passivoivaa hupia. ”*Pinnallisesti tämä voi pitää paikkansa, sikäli kuin ”kansalla” voi sanoa olevan omaa tahtoa lamauttavan kasvatuksen ja mielipiteet muokkaavan mainonnan jälkeen.*”⁷⁵⁷

Suomentaja ja toimittaja Mirja Bolgár toi esille kritiikin 1970-luvun taitteen ranskalaista kirjallisuutta kohtaan. Hän moitti uuden romaanin nimiä, jotka nyt olivat kääntäneet kelkkansa tuomalla elokuvien ja kirjojen kuvastoon samoja populaareja aineksia, joita viihdekin käytti. Esimerkiksi Alain Robbe-Grillet oli Bolgárin mukaan tehnyt näin elokuvissaan. Samalla Bolgár arvosteli ranskalaista kirjallisuuden kenttää valtavasta halusta popularisoida elämäkertoja ja kertoa näennäistodellisia tarinoita viihteellisesti, kuten Edith Piafin runsaasti myynyt elämäkerta tai vanki-Papillonin tarina.⁷⁵⁸

Kirjallisuudentutkija Anders Öhmanin mukaan argumentti viihteen turmelevuudesta nousi esille 1970-luvulla. Turmelevuus tarkoitti viihteen vaikutusta varsinkin yhteiskunnan heikoiksi nähtyihin jäseniin, niihin, joita sivistys ja taiteen ymmärtäminen ei suojannut. Tämän lisäksi 1970-luvun alun marxilaisesti painottuneen idealismin myötä tutkijat havahtuivat populaarikirjallisuuden historialliseen taustaan porvarillisen kulttuurin synnyn rinnalla ja sen myötävaikuttajana. Kun esimerkiksi brittiläinen 1800-luvun romanttinen kirjallisuus oli aikoinaan toiminut kapitalistisen yhteiskunnan ja sen keskiluokan kulttuurisena ja poliittisena työkaluna perhe-, avioliitto- ja sukupuolirooleihin liittyvien ihanteiden levittämisessä, alettiin nyt moittia romantiikkaa näiden instituutioiden konservoijana.⁷⁵⁹ Populaarikirjallisuus tulkittiin siten yhä vahvemmin porvarillisen kulttuurin levittäjänä ja lukijoiden aivopesurina.

Nancy Fridayn 1973 julkaiseman naisten seksuaalisia fantasioita käsittelevän *My Secret Garden* -teoksen myötä keskusteltiin päiväunelmien tuhoavasta voimasta. Fridayn teos julkaistiin käännöksenä Suomessa jo seuraavana vuonna 1974. Päiväunelmien ja todellisuuspaon kritisoimisen ohessa eli 1970-luvun taitteessa silti myös ajatus viihteen terapeuttisuudesta. Kirjailija Anu Kaipainen esitti 1974 pidetyssä *Kirjallisuus ja*

⁷⁵⁷ Tuokko, Seppo: Massakulttuuri röntgenkuvassa. *Aika* 4/1970.

⁷⁵⁸ Bolgár, Mirja: Kirjallinen viihde ja "uusi romaani". *Aika* 6/1970.

⁷⁵⁹ Regis 2003, 4.

mielenterveys -seminaarissa, että viihdekirjallisuutta tarvitaan niin kauan, kun maailma on sairas. Varsinkin valtavan levikin saavuttaneen kioskikirjallisuuden suosio kumpusi Kaipaisen mukaan siitä, että kouluissa annettiin lasten mielikuvituksen näivettyä. Eikä hänen mielestään mielikuvitusta muutenkaan arvostettu yhteiskunnassa riittävästi. ”Meidän aikamme on kielteinen kuvitelmille ja luovuudelle, vain tietoa ja todellisuutta arvostetaan”⁷⁶⁰, muotoili Kaipainen esitelmässään.

Hyvin pitkään lukijoihin suhtauduttiin objekteina, joko vieteltyinä tai aivopestyinä uhreina. Vasta psykoanalyttinen selitysmalli 1970-luvulla oli Öhmanin mielestä ensimmäisiä tapoja lähestyä lukijoita aidosti huomioituina toimijoina.⁷⁶¹ Psykoanalyttista selitysmallia viihteen tulkitsemisessa käytti kirjallisuuden tutkija Tania Modleski teoksessaan *Loving with a Vengeance: Mass Produced Fantasies for Women* (1982), jossa hän analysoi *Harlekiini*-sarjan kirjoja.⁷⁶²

Modleski tulkitsi romanttisessa kertomuksessa tyypillisen pakenemisen teeman siten, että kirjan lukija katoaa samalla kun sen sankaritar. Kun sankaritar pakenee psyykkistä konfliktitilannetta, tarjoutuu lukijalle mahdollisuus paeta omia ahdistuksiaan. Tarjotessaan hetkiseksi henkisen pakopaikan romantiikka loi Modleskin mukaan riippuvuutta, kuten rauhoittava lääke. Hän jopa päätteli, että romanttiset kertomukset olivat olleet osaltaan lisäämässä naisten taipumusta hysteriaan.⁷⁶³ Modleskin selitysmallissa lukijan nähtiin kuitenkin hakevan ongelmiinsa valheellista ratkaisua viihteestä: he olivat eräänlaisia uhreja ja populaarikirjallisuus sairaus.

Modleskin tulkinta ei ollut kaukana Anni Polvan rakkausviihdettä kritisoiden mielipiteistä. Argumentti kuului tiivistetysti näin: Sen sijaan, että nainen käyttää aikaansa romanttisen ajanvietteen lukemiseen, hänen pitäisi käyttää aikansa todellisuuteen – selvittää mitä yhteiskunnassa tapahtuu ja osallistua yhteiskuntaan.⁷⁶⁴ Tätä vastaan Anni Polva argumentoi sillä, että hänen romaaninsa lukee muutamassa tunnissa, eikä pari tuntia

⁷⁶⁰ Sairaassa maailmassa tarvitaan viihdekirjoja. *Helsingin Sanomat* 4.11.1974.

⁷⁶¹ Öhman 2002, 55–59.

⁷⁶² Modleski 1982, 35–58.

⁷⁶³ Modleski 1982, 57.

⁷⁶⁴ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

vuodessa voi olla pois mistään tärkeästä. Polvalla oli vahva usko omien teostensa lukijoilleen tuomaan iloon. Hän koki lukijoittensa tarvitsevan hetken pakopaikkansa kiireisen arjen keskellä, kuin kahvitauon työmaalla.

Anni Polva puolusti teostensa totuudellisuutta aiemmin mainitussa keskustelutilaisuudessa kesällä 1972. Hän kertoi osallistujille tapauksesta Helsingissä, kun hän lähes sadan kuulijan läsnä ollessa sai kuulla, että hän pilaa lapset kirjoittamalla *Tiina*-kirjoja. Polva tulkitsi kritiikin niin, että oli mautonta kirjoittaa lapsille tavallisesta perheestä ja arjesta. Kriitikoitten mielestä hänen olisi pitänyt kirjoittaa avioeroista, seksistä, henkisesti sairaista ihmisistä, rotusorrosta ja ottaa voimakkaasti kantaa epätasa-arvoon, jotta lapset oppisivat jo pienenä olemaan silmäkkäin todellisuuden kanssa. Anni Polvaa tällaiset vaatimukset surettivat ja hän totesi, että noin 7–12 -vuotiaille tarkoitettu *Tiina* oli kirja, jota lukiessa oli saatava olla onnellinen ja tuntea maailma turvallisiksi.⁷⁶⁵

Arvostelevan kirjaluettelon kirja-arvioissa paljastavat, että Polva kuvasi hyvinkin todenmukaisesti lasten- ja nuortenkirjallisuuteen kohdistuneita odotuksia. Näiltä kirjoilta odotettiin realismia, ei unelmointia. *Arvostelevan kirjaluettelon* kirjallisuusarviot 1968–1972 suomeksi julkaistuista lastenkirjoista paljastavat sen, mitä lasten- ja nuortenkirjalta ei kaivattu.⁷⁶⁶ Huonoa oli vanhanaikaisuus kaikissa muodoissaan, viittaukset 1950-lukuun, vanhanaikaiset tyttöroolien kuvaukset ja varsinkin sellaiset, joissa tyttö pyrki avioliittoon hyläten uratoiveensa. Vahvaa kritiikkiä saivat osakseen myös niin sanotut onnelliset juonenkäänteet ja ylirohkeat sankarihahmot.⁷⁶⁷ Asiallisuus ja rehellisyys olivat positiivisissa arvioissa toistuvia avainsanoja. Hienoa oli, jos kirjassa oli "todenmukainen

⁷⁶⁵ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁷⁶⁶ Arvioiden analyysiin on kerätty kaikki vuosina 1968–1972 julkaistut arviot ensimmäistä kertaa suomeksi julkaistuista lasten- ja nuortenkirjoista, yhteensä 326 kirja-arvostelua. Näistä kotimaisia nimikkeitä oli 115 ja ulkomaisia 211.

⁷⁶⁷ Esim. Arvostelu Usko Moilasen kirjasta *Porkkanakesä*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1968, 59; Blinnikka Vuokko: Arvostelu Ruby Fergusonin kirjasta *Lauran salainen suojatti*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1968, 89; Blinnikka Vuokko: Arvostelu Gitta von Cetton kirjasta *Josin suuri rakkaus*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1969, 93; nimim. Hanna 12v.: Arvostelu Marie Louise Fischerin kirjasta *Delia villissä lännessä*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1970, 158; Blinnikka, Vuokko: Arvostelu Alli Helmisen kirjasta *Ullan ystävät*. *Arvosteleva kirjaluettelo* 1973, 38.

kuvaus"⁷⁶⁸ tai tarina oli kerrottu "todellisuutta kaunistelematta"⁷⁶⁹. Asiatieto, "vankka tietoina"⁷⁷⁰ yleensäkin nähtiin hyvänä, samoin esimerkiksi historiallinen pätevyys. Eletyn makuinen ja rohkea kerronta sai aplodit, samoin ihmiskuvauksen rehellisyys. Rehellisyyden vaatimus vietiin niin pitkälle, että kertomuksen ei toivottu säästävän "*nuorta julmiltakaan tai traagisilta tapahtumilta*".⁷⁷¹ Maton alle ei haluttu lakaista mitään.

Arvosteluista paljastuvat odotukset hyvästä lasten- ja nuortenkirjallisuudesta antavat aiheen olettaa, että arvioita kirjoittaneiden sukupolven lapsuuden maton alle saattoi olla lakaistuna niin paljon vaikeita asioita, että tuosta ahdistuksesta syntyi tarve pelastaa uudet sukupolvet todellisuudelle. Anni Polva ei näitä ihanteita ja arvoja kuitenkaan jakanut, vaan uskoi vankkumatta *Tiinan* moraaliin ja esimerkillisyyteen. Polva oli joutunut puolustamaan päähenkilöä Tiinaa jo ennen ensimmäisten kirjan julkaisua 1955, kun kustantaja halusi hänen karsivan tyttöshankarin liian raisua käytöstä. Polva kommentoi kustantajalle tarinan todenperäisyyttä ja kertoi *Tiinan* kertovan hänestä itsestään lapsena. Hän, kuten Tiina, oli oman kertomuksensa mukaan ollut ylitraisuus yksilö, jolle oli annettu liian suuri vapaudenrakkaus.⁷⁷²

Anni Polva puolusti romaanejaan samoilla argumenteilla kuin *Tiina*-kirjoja. Ei niissäkään eletty päiväunissa, kirjailija vakuutti, eikä niissä ollut prinsessasatuja, vaan "*tavallisia työtätekeviä ihmisiä, eivätkä monimiljonäärit menneet konttorityttöjen kanssa naimisiin*,

⁷⁶⁸ Blinnikka, Vuokko: Arvostelu Prudence Andrewn kirjasta *Pakomatka*. *Arvosteleva kirjaluetelo* 10/1969.

⁷⁶⁹ Vaijärvi, Kai: Arvostelu Max Lundgrenin kirjasta *Harjuvaara nousee*. *Arvosteleva kirjaluetelo* 1970, 83; V.B. [Vuokko Blinnikka]: Arvostelu Stina Hammarin kirjasta *Meitä on kaksi*. *Arvosteleva kirjaluetelo* 1970, 56.

⁷⁷⁰ V.B. [Vuokko Blinnikka]: Arvostelu Sven Wernströmin kirjasta *Matka tuntemattomalle planeetalle*. *Arvosteleva kirjaluetelo* 1970, 72.

⁷⁷¹ Manninen, Kerttu: Arvostelu Erkki Rekimielen kirjasta *Hopeakynsi*. *Arvosteleva kirjaluetelo* 1968, 119.

⁷⁷² KA, Arvi A. Kariston kirjallisen osaston arkisto, Kirjeet, Kansio 33, Anni Polviander Arvi A. Karistolle, 22.8.1955.

*ei juotu kapakoissa coctailleja, ei petkutettu, ei tehty valuuttarikoksia, ei ollut pummeja eikä katunaikkosia”.*⁷⁷³ Polva ei ymmärtänyt mistä puhe päiväunista oli peräisin.⁷⁷⁴

Päiväunelmakritiikin ja todellisuusvaateiden lisäksi kritikoita hermostutti se, että romantiikassa ei ”osallistuttu”. Aiemmin viitatussa Jyväskylän yliopiston järjestämässä kirjallisuuspaneelissa nuori nainen seminaariyleisöstä kysyi Polvalta, miksi tämän kirjoissa ei osallistuttu. Polva vastauksesta kuulee, että hän oli valmistautunut tähän kysymykseen ja ehkä jo vastannut siihen monet kerrat aiemminkin. Polvan mukaan osallistuminen ei ylipäättään sopinut ajanviettekirjaan. *”Mun lukijakuntani ylipäänsä... sehän on siis semmoinen joka ei niinkään paljon itse osallistu, ei harrasta, ei ota kantaa, ne on niin kuin valkoinen paperi.”*⁷⁷⁵ Polva korosti, ettei aivopessyt kirjoillaan ketään, eikä hän olisi edes osannut tai halunnut aivopestä. Hän sanoi olevansa ihminen, joka ei voi opettaa toisia. Kysymykseen, miksi hän ei voinut upottaa kirjoihinsa sosiaalisia kysymyksiä ja syöttää niitä ihmisille hän oli kertomansa mukaan vastannut, että hänen yleisönsä hirttäisi hänet siitä hyvästä.⁷⁷⁶

Polvan mielestä ajanviete ei ollut pakoa todellisuudesta ja vaikka se olisikin, niin miksi ei saisi olla, hän kysyi. Miksi naiset eivät saisi paeta, sillä pakenevathan miehetkin, Polva huomautti. Miehet pakenevat kaljalle, ”mcleaniin” ja urheilukisoihin. Miksi siis äiti, joka ei jaksa lukea modernia proosaa, jossa on juuri samanlainen arkipäivä, samanaiset tiskit, samanlainen mies, miksi tämä nainen ei saisi mennä hiukan muualle. Olisi epäinhimillistä kieltää uneksimisen ilo, sillä mitä ankeammaksi elämä tulee, sitä enemmän turvaudutaan ajanvietteeseen, Polva totesi.⁷⁷⁷

⁷⁷³ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁷⁷⁴ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁷⁷⁵ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁷⁷⁶ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁷⁷⁷ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

Näihin Polvan esittämiin ajatuksiin esitettiin yleisöstä vastalauseita. Nuori mies protestoi Polvan väitteitä osallistumattomuudesta. Hänen mielestään Polvan kirjoissa osallistuttiin koko ajan ja erittäin taitavasti aivopesten, rajaamalla maailmasta pienen kappaleen ja jättämällä paljon pois. Mies jopa epäili, että Polva taisi olla kokoomuslainen. Tähän Polva vastasi, ettei ole, vaan hän oli poliittisesti jossain demarien ja liberaalien rajoilla. Liberaalit ovat lähempänä vapautta, siksi olen äänestänyt heitä, Polva kertoi. Hän koki, että hänen vastuullaan oli se, että hänen kirjoissaan ei osallistuta. Kirjailija sanoi topakalla äänellä yleisölle, että hän halusi kirjoittaa vain hauskoja asioita ja kun lukija otti hänen kirjansa käteen, tämän piti olla varma siitä, että kirjassa ei osallistuttu yhtään.⁷⁷⁸ Polva jätti kertomatta kysyjälle, että hän oli ollut saman vuoden eduskuntavaaleissa Liberaalisen Kansanpuolueen listoilla ehdokkaana.⁷⁷⁹

Samassa seminaarissa Polva joutui vastaamaan myös naisten asemaa ja tasa-arvoa koskevaan kritiikkiin. Nuori nainen kysyi Polvalta, miksi tämän kirjoissa naiset olivat tuntevia ja miehet toimivia. Polva vastasi tähän, että hänen mielestään nainen on kuin Pompadour, joka antaa miesten kuvitella, että he hoitavat asiat, kun oikeasti nainen hoitaa kaiken. Kysyjä ei tähän vastaukseen tyytynyt. Hän viittasi Polvan aikaisempaan huomautukseen siitä, että miehet pakenevat kaljalle. Siellä kaljalla he sitten kommunikoivat, nainen kuvaili, kun taas naisten osa olisi Polvan mielestä vain ottaa kirja käteen ja paeta. Onko oikein, että naiset ryhtyvät lukemaan mitä toisille on tapahtunut, sillä välillä kun mies istuu kaljalla, keskustelee, kommunikoi ja kuuntelee mitä maailmassa on tapahtunut.⁷⁸⁰

Anni Polva vastasi nuorelle naiselle tarinalla omasta perheestään. Hän ei päässyt mihinkään kotoa lasten parista ja aikaa riitti vain vähän lukemiseen, eikä hänen miehensä osallistunut kotitöihin. Polva viittasi omaan taustaansa vanhanaikaisena maailmana.

⁷⁷⁸ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁷⁷⁹ Suomen virallinen tilasto 29 A:32. Kansanedustajain vaalit 1972. Taulu 9. Ehdokkaat vaalipiireittäin ja puolueittain. Helsinki 1973. Polva sai vaaleissa 386 ääntä ja vertausluvuksi 1 201. Puolueesta pienimmällä vertausluvulla läpimenneen Kerttu Hemmin vertausluku oli 12 047.

⁷⁸⁰ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

Tähän nuori nainen vastasi kovemmalla äänellä, että *"Musta alkaa tuntua vähitellen, olematta mitenkään naiivi, että hitto soikoon pitäis tehdä jotain ettei naisten tarvis tosiaan kuolla tuollaisen työtaakan alle, ettei tarvii mennä tollaiseen"*. Tähän Anni Polva vastasi yhtä ponnekkaasti: *"Sitähän mä just sanoin, että tarvitsee tehdä jotain ja niin kauan kuin te ette tee mitään, että nainen pääsee siitä, niin tarvitaan ajanvietekirjoja. Sitten ei enää tarvita niitä, kun nainen pääsee osallistumaan ja saa asiat kuntoon."* Polva painotti, että tärkeintä oli tietää tarjoavansa lukijalle tervetullut lepotauko.⁷⁸¹

Polva koki, että arvostelijat luulivat hänestä liikoja, jos hän olisi houkutelut ketään päiväunelmiin. Saamansa palautteen mukaan perheenäidit kertoivat, että hänen kirjojensa parissa oli mukava rentoutua, sillä raskaan työpäivän jälkeen ei juuri muuta jaksanut. Polva ihmetteli ääneen miksi olisi väärin työntää arkisia surujaan ja murheitaan syrjään muutamaksi tunniksi, jotka hänen romaaninsa lukeminen vei. *"Kuka kumma muuten on edes määrännyt, että kaikkien olisi luettava vain korkeaa kirjallisuutta ja hienoa taidetta? Saahan jokainen syödäkin mitä haluaa, ja äänestää ketä haluaa."* Polva esitti pyyntönsä yleisölle: Kunkin pitäisi antaa valita mitä itse lukee.⁷⁸²

Anni Polva -kirjoilla ei ollut pääsyä kulttuurin kentälle puutteellisen vallan ja kulttuuripääoman tähden. Sekä kirjailijalla että kriitikoiden olettamalla lukijalla oli myös vääränlainen habitus eikä Anni Polva -kirjan lukeminen tuonut kulttuurista pääomaa tai arvostusta. Lyhyen hetken 1960-luvun lopulla, kun keskustelu populaarikulttuurista ja kirjastojen kirjavalinnasta näkyi julkisuudessa, Anni Polva -kirjat nostettiin mukaan kulttuurikeskusteluun ja siten myös kulttuurin kentälle, mutta silloinkin vain analyysin kohteeksi. Anni Polva -kirjoista tietäminen saattoi olla jonkinlaista kulttuurista pääomaa silloin, kun ajanvietteen tai viihteen merkityksestä ja mahdollisuuksista keskusteltiin 1960-luvun lopulla. Silloinkin tärkeää oli tietää, ei niinkään lukea tai osallistua. Anni Polva muisteli, että esimerkiksi Pekka Tarkka oli mukana paneelissa hänen kanssaan ja kysyttäessä tunnusti kirjailijalle, että ei oikeasti ollut koskaan lukenut yhtään Polvaa,

⁷⁸¹ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁷⁸² SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

vaikka niitä kritisoikin.⁷⁸³ Ajan kulttuurikeskusteluissa Polva-kirjat esiintyivät, jos ollenkaan, leimakirveinä ja esimerkkeinä siitä, mikä ei ollut kulttuuria. Hiljainen signaali siitä, että mahdollisesti myös kulttuurin kentillä toimivat henkilöt saattoivat kuitenkin lukea itse joutohetkenään Polvan kirjoja, oli *Me Naiset* -lehden haastatteleman kirjastonhoitajan kommentti, että myös paljon lukevat lainaavat Polvaa.⁷⁸⁴

On perusteltua olettaa, että Anni Polva -brändin todellinen ydin, niin brändi-identiteetin kuin brändi-imagon osalta, sijaitsi mahdollisten kulttuuristen kenttien ulkopuolella. Anni Polva -teoksen lukeminen ei edellyttänyt kulttuurisen koodiston tai habituksen tunnistamista, eikä se edellyttänyt sellaista osaamista tai kulttuurista kasvatusta, joka olisi toiminut myös kulttuuripääomana. Päinvastoin, pääoma ja koodisto, jota Anni Polva -romaanin lukeminen edellytti, oli ymmärrys perheenemäntänä, kotiäitinä, työssä käyvänä naisena tai naimattomana naisena olemisesta, arjen kotityön osaamista niin maalla kuin kaupungissa, avioliiton ja hyvän aviopuolison tärkeyden tunnistamista ja osaltaan myös ennakko-olettamaa siitä, millainen on romanttinen tarina.

Vaikka suhtautuminen viihteeseen muuttui 1970-luvulla vähitellen myönteisemmäksi niin tutkimuksen kuin esimerkiksi suomalaisen virkakoneiston silmissä, ei esimerkiksi lasten- ja nuortenkirjallisuuden kirjallisuusinstituution jäsenten jakamissa palkinnoissa koskaan huomioitu Anni Polvaa.⁷⁸⁵ Sen sijaan 1975 perustetun pirkanmaalaisten nuorten äänestämän Plättä-palkinnon Polva voitti ylivoimaisesti sen ensimmäisenä jakovuonna 1975 ja vielä uudelleen 1987. Suomen kirjailijaliiton tunnustuspalkinto vuonna 2000 oli tärkein Polvan saama kirjallisuuspalkinto. Polva oli tuolloin 85-vuotias. Palkinnon perusteissa korostuu uskollisuus ” (...) *jo varhain löytämälleen viihteelliselle tyylilajille ja siihen kiintyneelle lukijakunnalle*”.⁷⁸⁶ Tärkeä julkinen tunnustus kirjailijalle oli myös

⁷⁸³ SKS KIA. Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen. KIAÄ 1972: Jyväskylän yliopisto, äänite 16.7.1972. KIAÄ2007:20.

⁷⁸⁴ Finni, Saara: Kirjastokelvottomat Räsänen ja Polva. *Me Naiset* 42/1967

⁷⁸⁵ 1960-luvulta 1980-luvulle jaettiin mm. seuraavia lasten- ja nuortenkirjallisuuden palkintoja: Topelius-palkinto, Anni Swan -palkinto, Arvid Lydecken -palkinto ja Tauno Karilas -palkinto sekä Plättä.

⁷⁸⁶ SKS KIA. Anni Polvan arkisto. Suomen kirjailijaliitto, palkintolautakunnan perustelut, tunnustuspalkinto vuodelta 2000. Kotelo 1.

kutsu tasavallan presidentin itsenäisyyspäivän vastaanotolle Martti Ahtisaaren aikana 1990-luvulla.⁷⁸⁷

Kirjallisten piirien myöhempi suhtautuminen Polvaan paljastuu yllättävän samanlaiseksi kuin 1970-luvun taitteessa, kun analysoidaan niitä muutamia kirjallisuusesityksiä, joissa Polvasta on mainintoja. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran kustantamassa *Suomen kirjallisuushistoria* -sarjassa mainitaan Polva muutamalla sivulla. Sota-ajan kirjallisuuden kenttää kuvaillessa valtavasti kasvaneet markkinat näyttäytyvät perusteluna sille, miksi Polvan ja Räsäsen tyyppiset kirjailijat julkaisivat ensimmäiset romaaninsa 1945. Ikään kuin jostain olisi tullut kaupallinen aalto, joka nosti nämä naiset myynnin harjalle.⁷⁸⁸ Teoksessa ei analysoida sitä, miksi lukijat halusivat ostaa juuri Polvan tyyppistä kirjallisuutta sota-ajan kirjallisuuskuplan puhjettua ja kauan myöhemminkin. Vielä 1970 julkaistussa *Suomen kirjallisuus* -teoksessa oli erillinen luku ajanvietekirjallisuudelle, mutta 2000-luvun taitteessa ei tällaista lukua vastaavassa laajassa kirjallisuuden esittelyteoksessa enää ollut. On kuin viihde olisi pajahtanut osaksi muuta kirjallisuutta, eikä sen merkitystä tarvinnut enää uudella vuosituuhannella korostaa tai sitten sitä ei haluttu korostaa. Viihdekirjallisuutta käsitelläänkin lähinnä yhtenä alalukuna Risto Turusen kirjoittamassa *Nykyaikastuva kirjallinen elämä* -nimisessä luvussa.

Tiina-kirjojen osalta Polva mainitaan *Suomen kirjallisuushistoriassa* Päivi Heikkilä-Halttusen kirjoittamassa lasten- ja nuortenkirjallisuuden esittelyssä. Heikkilä-Halttunen analysoi *Tiina*-kirjojen olevan aikansa tuotteita, joiden jo vanhentunut arvomaailma ja ihanteellisuus olivat sitä osin jo ilmestymisaikanaankin. Vuonna 1999 kirjoitettu artikkeli viittaa siihen, että parempien vaihtoehtojen puuttuessa *Tiina*-kirjat ovat säilyttäneet suosion ahmimisikäisten tyttöjen lukemistossa. Hän vertaa Polvan menestystä Enid Blytoniin ja viittaa siihen, että Blytonin tavoin Polva oli ilmaissut tärkeimmäksi motiivikseen kirjoittamiselle työtulon.⁷⁸⁹

⁷⁸⁷ Anneli Seppälän haastattelu, Hämeenlinna 15.3.2018.

⁷⁸⁸ Lassila 1999, 31.

⁷⁸⁹ Heikkilä-Halttunen 2000, 146.

Polvan viihhteestä ei *Suomen kirjallisuushistorian* viimeisessä, sodanjälkeistä kirjallisuutta käsittelevässä osassa ole yhtään suoraa mainintaa. Polvan romantiikasta on vain yksi viittaus, sekin kuvituksena ilman kuvatekstiä *Tiina*-kirjoja käsittelevällä sivulla.⁷⁹⁰ Onko kyseessä kuvatoimituksen virhe, vai haluttiinko tällä kuvalla ilmaista *Tiina*-kirjojen lukijoiden lukeneen ehkä Polvan muutakin kirjallisuutta, on mahdoton sanoa. Polvan romaani *Minulla ei ketään*, on mainittu yhdellä lauseella luvussa *Naiskirjallisuus*-kappaleessa, jossa käsitellään nimimerkin suojassa julkaisseita kirjailijoita. Kirjasta kerrotaan sen olleen Polvan salanimellä julkaisema vakavasti otettavaksi tarkoitettu romaani. Vakavasti otettavaksi on merkattu tekstissä lainausmerkkeihin. Lainausmerkit korostavat Polvan yleistä mainetta ja tämän erityisen kirjan tavoitetta murtautua viihdemaineen ulkopuolelle.⁷⁹¹

⁷⁹⁰ Heikkilä-Halttunen 2000, 146.

⁷⁹¹ Enwald 1999, 209.

Anni Polva -brändi suomalaisilla kirjamarkkinoilla 1940–1960-luvulla

Anni Polva -brändi on kiehtova tutkimuskohde, sillä siihen peilautuu monta isoa yhteiskunnallista, kulttuurista ja taloudellista teemaa sotien jälkeisestä Suomesta: muutos agraarivaltiosta kulutusyhteiskunnaksi, kaupungistuminen, myynnin ja markkinoinnin ammattilaistuminen, käsitykset hyvästä ja huonosta kirjallisuudesta sekä näkemykset sivistyksestä ja kansasta. Toisaalta Anni Polva -brändi on ilmiönä vaikeasti tutkittava. Kun brändi ymmärretään ensi sijaisesti suhteena ja palveluna, jää tästä brändistä näkymättömiin sen kaikkein tärkein osa: lukijat. Monilla oli näkemyksiä, oletuksia ja toiveita Anni Polva -kirjojen lukijoista, mutta lukijat itse jäivät tutkimuksessa hiljaiseksi enemmistöksi. Lukijoita voi silti tutkia tutkimalla brändiä: Mistä se rakentui ja millainen identiteetti brändillä sillä oli.

Kirja tuotteena ja symbolina – Anni Polva -brändin identiteetti

Lähden tutkimuksessa siitä olettamasta, että Anni Polva -kirjat muodostivat Anni Polva -brändin 1960-luvulla, vaikka tällä nimellä ja käsitteellä ilmiöstä ei tuolloin puhuttu. Brändituote täyttää tietyt vaatimukset: sillä on oma erityinen ja tunnistettava identiteettinsä ja asiakkaidensa sekä muiden sidosryhmien ja brändin lähellä toimivien mielissä rakentuva imago. Jean-Noël Kapferer on rakentanut identiteettiprisman mallin, jolla brändin identiteettiä voi hahmottaa, rakentaa ja analysoida. Identiteettiprisma on työkalu 2000-luvun markkinoijille ja historianantutkimuksessa käytän sitä vastaavalla tavalla väljästi työkaluna kuin Bourdieun kenttäteoriaa tai Holtin määrittelemää kulttuurisen brändin rakennuksen teoriaa.

Identiteetti on Kapfererin mukaan brändin sisäinen inspiraatio, sen oma luonne ja omat uskomukset. Identiteettiprisma-mallissa on kuusi eri osa-aluetta, jotka nähdään toisiaan peilaavina. Ensimmäisenä näistä ovat fyysiset elementit, jotka muodostava brändin selkärangan ja sen tuottaman aineellisen lisäarvon. Anni Polva -brändin luonteva fyysinen ominaisuus on kirja. Polva-kirjojen ulkoasu ei ollut kovin yhdenmukainen eri aikoina, vaan muutaman kymmenen eri vuosilta poimitun kirjan muodostama kokonaisuus näyttäytyy ensi silmäyksellä hyvin sekalaiselta. Mukana on kovakantisia isoja teoksia ja pieniä pehmeäkantisia pookareita. Kuten *R-Uutisten* artikkelissa on esitetty, taskukirjaa

lukiessa voi vaikka syödä voileipää eikä haittaa, sillä kirjan voi heittää roskiin. Toisaalta Polvan miljoonan kirjan mainonnassa 1970-luvun alussa esiteltiin sidottua tyylikkäästi pakattua kirjasarjaa, joka oli ulkoasultaan ja luonteeltaan täysin toisenlainen kuin halvat kioskissa myytävät taskukirjat. Paketoinnissa osalta Anni Polva -brändi ei näyttäytynyt kovin yhdenmukaiselta. Anni Polva -brändin fyysisten elementtien yhdenmukaisuutta ja erottautumista voi kuitenkin katsoa rakentaneen kirjojen yleisilme: niiden nimi ja kansikuva. Käsillä olevan tutkimuksen luvussa *Kirjallisuuden ansaintalogiikka* on esitetty Polva-kirjojen kansikuvitusta ja kuvissa toistuvia teemoja. Yhdessä kirjojen nimien kanssa kansikuvat loivat osaltaan vahvan brändi-identiteetin ja sitä myötä vahvistivat brändin imagoa, niin myynnillisesti kuin kritiikissäkin.

Toisena prisman elementtinä Kapfererin mallissa on brändin persoonallisuus, joka heijastuu fyysisessä olemuksessa. Kirjojen kansikuvitus peilaakin teosten sisältöä oivaltavasti. Adjektiiveja, joita brändiin voi liittää olisivat esimerkiksi koominen, humoristinen, värikäs, sanavalmis, moderni, aktiivinen tai myös pisteliäs, nalkuttava ja puhelias. Anni Polva -brändin persoonallisuus on helppo yhdistää hänen päähenkilöönsä, joka vaihtuu kirjasta toiseen pysyen silti hyvin samankaltaisena. Kariston markkinointi erotti Aino Räsäsen *Helena*-kirjat ja Anni Polvan romaanit toisistaan huumorin, naiskuvan ja rakkauskäsityksen avulla. Helena on naisellinen, syvälinen ja herkkä. Anni Polvan sankaritar taas on nainen, joka haluaa miehen, lähtee etsimään tällaisen ja saa hänet. Lannistumaton on adjektiivi, joka voisi hyvin kuvata Anni Polva -brändin persoonallisuutta parhaiten.

Identiteetin fyysisiä ja persoonallisia piirteitä heijastavat brändin vastaanottajan suuntaan Kapfererin nimeämät suhde ja kulttuuri. Suhde määrittää brändin luoman sopimuksen asiakkaan kanssa: millaisen suhteen brändi rakentaa, miten se toimii ja miten palvelut tuotetaan suhteessa asiakkaaseen. Anni Polva oli tarkka siitä, että hänen kirjansa tuli joka ikinen joulu markkinoille ja lahjapaketteihin. Samoin hän oli tarkka siitä, että tuote pysyi samanlaisena, että se oli humoristinen, viihdyttävä ja noudatti myös romantiikkaa yleisesti sitovaa lupausta: onnellista loppua. Tähän peilaten voisi Anni Polva -brändin nähdä muodostavan koomikon ja yleisön tai klovnin ja naurajan välisen suhteen. Toinen mahdollinen suhde liittyy yleisemmin Polvan kirjojen edustamaan romanttiseen viihteeseen ja varsinkin lajityypistä niin Suomessa kuin kansainvälisesti esitettyyn kritiikkiin päiväunelmoinnin lisääjänä.

Romantiikan lajityyppiin ja tyypilliseen kaavaan sisältyy tärkeänä kohtana rituaalinen kuolema, joka manifestoituu yleensä sankarittaren pakona haastavasta tunnetilanteesta. Polvan teoksissa tätä juonielementtiä tosin varioitiin niinkin, että sankarittaren metsästäjä mies pakenee suuttuneena kaupungista. Pakeneminen, uppoutuminen, päiväunelmat ja arjesta hetkeksi poistuminen olivat silti aiheita, jotka toistuivat eri puolilta, ei vain Polvan kirjoihin kohdistuneena, vaan yleisesti romantiikan lajityyppiin liitettynä. Polvan oma keskeinen, jopa myyntiväitteeksi tulkittava argumentti teoksistansa oli niiden tarjoama hetken ilo ja hengähdystauko raskaasta arjesta. Näin hän halusi lukijoittensa käsittävän teokset ja tästä lupauksesta hän haastatteluiden ja kirjeenvaihdon perusteella itsekkin sai voimaa kirjoittamiseen. Tätä vasten brändin identiteettiin sisältyvän suhteen voi nähdä hyvin yksityisenä, omana aikana jossain toisenlaisessa maailmassa. Maailma näyttäytyi varmasti eri tavoin eri lukijoille.

Polva-kirjan lukijan suhde tarinan saattoi olla vastaavanlainen kuin Douglas Holtin esittelemä tupakanpolttajan ja myyttisen Marlboro-maan välinen suhde. Polvan tarjoama myytti oli ikuinen kesäloma täysihoidolassa, kaupungissa tai maaseudulla, vailla arjen ahdistavuutta ja oikeasti isoja murheita. Tässä maailmassa suurimmat surut liittyivät parisuhteeseen ja ne ratkesivat aina lopussa. Ennen kaikkea tässä maailmassa nainen ei koskaan lopulta jäänyt alakynteen, vaan teki, toimi ja sai haluamansa ja löysi hopeareunan hankalistakin tilanteista, kuten siitä, että jäi hoitamaan kotia ja joutuu luopumaan työstään. Anni Polva -brändin identiteettiin liittyvä suhde on toisaalta luottamuksellinen kirjailijan ja lukijan suhde, toisaalta yksityinen lukijan ja mielikuvitusmaailman välinen.

Neljäs identiteetin osa-alue on kulttuuri. Kapferer tarkoittaa kulttuurilla erityisesti brändiin liittyviä arvoja ja sitä, millaisen kulttuurin brändi itse muodostaa, ja miten se kommunikoi asiakkaan kanssa. Kapferer ei kuitenkaan määrittele kovin tarkasti tätä tärkeäksi nimittämäänsä brändi-identiteetin osaa. Tässä kohden Anni Polva -brändin analyysissä on luontevaa pohtia myyttimarkkinoiden lisäksi arvomaailmaa, joka teoksista heijastuu.

Anni Polva -brändi rakentui 1960-luvulla keskellä muuttuvia kulttuurisia ihanteita ja jopa kirjasotia. Kuten kolmannessa pääluvussa on analysoitu, Polva oli silti hyvin syrjässä kulttuurisesta kentästä ja hänen teostensa lukeminen tai niistä julkisesti pitäminen ei tuottanut kentällä etenemiseen tarvittavaa merkityksellistä symbolista pääomaa, päinvastoin. Jyväskylän yliopiston järjestämässä seminaarissa kesällä 1972 Polvalle

heiteltiin yleisöstä toinen toistaan tiukempia kommentteja teosten ja romaanihenkilöiden edustamasta arvomaailmasta ja varsinkin tämän maailman vanhanaikaisuudesta ja rajoittuneisuudesta. Polvan teosten maailmankuva ei vastannut ainakaan 1960-luvun lopun kulttuuriradikaalien eikä osallistuvuutta hakevien nuorten maailmaa.

Myyttimarkkinoiden analyysissä osoitettiin, että Polva-kirjat kertoivat paljon arjesta ja kuvitteellisesta elämästä maaseudulla, kesälomilla ja keittiöissä. Polva itse korosti kirjoittavansa työssä raatavalle naiselle ja suomalainen yhteiskunta olikin täynnä tällaisia naisia 1950- ja 1960-luvuilla. Varsinkin heti sotien jälkeen ja 1950-luvulla työ kotona oli raskasta, sillä kodintekniikkaa, rahaa ja tilaa oli yleensä vähän ja lapsia paljon. 1960-luvulla elintaso nousi, kun varsinkin nuoremmat aikuiset muuttivat kaupunkeihin ja niiden uusiin kerrostalolähiöihin. Vaikka nainen olisi käynyt töissä, hänen vastuullaan oli yhä kodinhoito ja perhe. Keskiluokan ihanteena oli kotirouva, jonka kotitöiltä hyvinvoinnin ja kulutuksen myötä vapautunut aika tiivistyi ehkä yhä useammin myös turhautumiseen tai tarpeettomuuden tunteisiin. Polvan sankarittarista toistuva hahmo Lulu eli 1960-luvun lopulla ja 1970-luvun alussa juuri tällaista arkea kotirouvana, mutta selätti haasteet ja varmisti avioliittonsa onnellisen jatkumisen.

Kulttuuri toimii Kapfererin prismassa persoonallisuuden ja omakuvan välissä näitä heijastaen. Omakuva on viides elementti ja sillä Kapferer tarkoittaa brändin kohteena olevien sisäistä peiliä ja sitä, millaisena he näkevät itsensä, kun käyttävät brändituotetta tai -palvelua. Kapferer ottaa esimerkiksi Lacoste-vaatemerkin, jonka asiakkaat eivät välttämättä harrasta ollenkaan urheilua, mutta voivat silti sisäisesti kokea olevansa kuin jonkin elegantin urheiluklubin jäseniä pukeutuessaan brändin tuotteisiin.⁷⁹²

Anni Polva -brändin identiteettiä rakentava kulttuuri ja arvomaailma löytyvät 1950-luvun maailmasta: Kotona ja mahdollisesti työpaikalla työtä tekevästä naisesta, johon kohdistuu paljon odotuksia ja ohjeistuksia liittyen lastenkasvatukseen, taloudellisuuteen ja hygieniaan, mutta myös vähitellen lisääntyvän kulutuksen ja esimerkiksi naistenlehtien ja mainonnan myötä odotuksia nykyaikaiselle kauniille naiselle. Oletan, että Anni Polva ei kovin tietoisesti rakentanut brändiä eikä miettinyt kirjojensa tarjoamaa kulttuuria suhteessa lukijan minäkuvaan. Silti hän onnistui rakentamaan ison yleisön ja miljoonamyynnin osumalla lukijoittensa maailmaan oikealla viestillä. Nuoren naisen

⁷⁹² Kapferer 2008, 186.

huudahdus kesällä 1972 kirjallisuusseminaarissa, kun Anni Polva kertoi yleisölleen millaista arkea naiset ovat eläneet kotiäidit ovat tehneet, on esimerkki brändin edustamasta kulttuurista ja omakuvasta. ”Hitto soikoon”, jotain pitäisi tehdä, että naiset eivät kuolisi tuollaisen työtaakan alle, nainen vaati ja tuli samalla asemoineeksi itsensä toisenlaiseen arkeen kuin nuo kotitöissä raatavat naiset. Hän oli ehkä opiskelija eikä kommenttiansa perusteella ollenkaan Polva-kirjojen lukija.

Väitän, että Anni Polva -brändin ydinidentiteetti pelasi ainakin vanhempien lukijoiden osalta näillä teemoilla: naisiin kohdistuneilla vaatimuksilla muuttuvassa yhteiskunnassa ja monella tavalla alisteisella asemalla. 1960-luvun lopulla nuoret aikuiset olivat ensimmäisiä, jotka saattoivat alkaa aidosti rikkoa tuota asemaa, mutta hyvin monet muut ottivat edelleen vastuun kotitöistä ja kohtasivat arjessaan nykypäivän näkökulmasta katsottuna rakenteellista väheksyntää. 1960-luvun ja 1970-luvun yhteiskunnallisissa muutoksissa realisoitui monta uudistusta lasten päivähoito-oikeudesta e-pillereihin, aborttilainsäädäntöön ja vaikka sellaiseenkin näennäisen yksinkertaiseen asiaan kuin ravintolaan pääsemiseen ilman miesseuralaista. Nuori sukupolvi oli astumassa yhteiskuntaan uusin eväin, ja oli myös koulutetumpaa kuin koskaan aiemmin.

Oletan, että tyypillinen Anni Polva -kirjojen lukija ei ollut tuo e-pillereitä käyttävä koulutettu ja ravintolassa ystäviensä kanssa käyvä, ehkä tupakkaa polttava ja jopa rintaliivinsä polttanut uljaan uuden 1970-luvun nainen. Oletan sen sijaan, että tyypillinen Polva-kirjojen lukija oli elänyt 1950-luvun kotitöitä tehden, joko aikuisena tai lapsena, ja tottunut vallalla olevaan kulttuuriin, jossa naisella on tietynlainen asema. En oletta, että kaikki Polvan lukijat olisivat olleet erityisesti työväenluokkaa tai henkisiltä kyvyiltään jotenkin vähäisempiä kuin muutkaan. Sen sijaan lukijaa ja teosten tarjoamaa maailmaa yhdisti teosten sanavalmis, määrätietoinen, osaava ja oppiva sankaritar. Fiktiivistä teosta ei voinut pukea päälleen kuten krokotiililogolla varustettua urheilullista puseroa tai sytyttää palamaan kuten mystinen cowboy sytyttäisi tupakan raskaan päivän jälkeen, mutta fiktiivinen maailma saattoi silti tarjota huumoria ja viihtymistä hiukan samanlaisen naisen parissa kuin lukija oikeasti halusi olla, tai jonka elämään hän oli kiinnostunut perehtymään. Polvan kirjojen maailma tarjosi paljon tuttua ja samalla paljon sellaista, jota arjessa ei todennäköisesti ollut, mutta olisi kelvannut olla.

Kulttuurisen kentän reunalla – Anni Polva -brändin imago

Viihteeseen kohdistuneessa kritiikissä oli kyse suojelusta. Useat kulttuurivaikuttajiin kuuluvat henkilöt viittasivat tarpeeseen suojella vaikutuksille alttiita ihmisiä mieleen salakavalasti luikertelevilta, viihdyttäviltä ja vääriä arvoja sekä vääristynyttä todellisuutta kuvaavilta tarinoilta. Suojelun kohde määrittyi ihmisinä, joilla ei ollut sivistyksen tuomaa suojakuorta tai ymmärrystä paremmasta taiteesta hallussaan. Myös sukupuolella oli merkitystä. Naisten koettiin tarvitsevan enemmän suojelua ajanvietettä vastaan jo 1800-luvulla. Samansuuntaisia näkemyksiä löytyy ainakin 1970-luvulle asti. Määrittelijät ja argumentit vain muuttuivat matkalla. Sensuuritoimenpiteet ja sivistyneistön paheksunta on ollut tyypillinen reaktio populaarikulttuurin ja populaarikirjallisuuden nousulle myös esimerkiksi Englannissa ja muissa länsimaissa.

Anni Polvan kirjoja kritisoitiin kevyiksi, farssimaisiksi ja huonosti kirjoitetuiksi. Hänen naispäähenkilönsä saivat osakseen monenlaisia negatiivisia kommentteja. Lähes kaikissa kirjallisuusesityksissä, joissa Polva mainittiin, tämän työn motiiviksi muistettiin kertoa raha. Viihdettä, ei nimetyksi Polvaa, tukevat kannanotot liittyivät toisaalta terapeuttiseen vaikutukseen (1970-luvun alussa) ja toisaalta kustannusalan ansaintalogiikkaan, jossa hyvin myyvillä viihdekirjoilla oli osansa rahaa taloon tuovina päiväperhosina. Kukaan ei liittänyt Polvan kirjoja työssä kuormittuneen 1950-lukulaisen naisen myyttisinä vastatarinoina siitä, miten nainen voi mennä ja saada mitä haluaa. Sellainen tulkinta olisi ehkä ollut mahdoton.

Anni Polva -kirjojen vastaanottoa kuormitti viihteen, romantiikan ja varsinkin Polvan kirjojen linkittyminen myyntiin, markkinointiin ja yleensä kaupallisuuteen. Suomessa on pitkä historia markkinointiajattelulla ja pyrkimyksillä rakentaa Suomeen varsinkin Yhdysvalloista tuttuja mekanismeja ja käytäntöjä tuotteiden ja palveluiden myynnin edistämiseksi. Tänne oli tuotu ensimmäisiä ideoita jo 1900-luvun alkuvuosina ja yhteydet markkinoinnin mallimaahan säilyivät toisen maailmansodan ja pula-ajan yli. Markkinoinnin ammattilaiset eivät kieltäneet sitä, että Suomi oli vuosia jäljessä esimerkiksi Ruotsia, mutta se ei estänyt ideoimasta ja kokeilemasta uusia markkinoinnin keinoja. Suomalaista markkinointia leimasi silti tietynlainen vakavuus ja asiallisuus, joka näyttäytyi varsinkin 1970-luvulle tultaessa kuluttajavalistuksena. Suomalainen, Ruotsia useita asteita vakavampi, markkinointiajattelu saattoi hyvinkin linkittyä kansallisuusaatteeseen ja erityispiirteeseen lukevana maana. Suomessa luettiin paljon

varsinkin sanomalehtiä ja usko siihen, että ihmisiin voi vaikuttaa painetulla sanalla oli epäilemättä vahva. Kansanvalitusajattelu ja käsitys sivistyneistöstä vaikutti markkinointiin kohdistuneen kritiikin taustalla. Tämä kaikki heijastui markkinointialan ammattilaisten toistuvina puolustuspuheina oman alansa hyödyistä kansalaisille. Markkinointiin kohdistuvassa kritiikissä toistui tarpeiden luominen, turhien asioiden myyminen ja ihmisten säälimätön houkuttelu ostamaan.

Anni Polva -kirjoja syytettiin hyvin samankaltaisilla argumenteilla. Kirjailija halusi vain myydä ja saada rahaa. Raha oli oikeastaan koko kirjallisen työn lopullinen tavoite. Kirjat loivat valhekuvia maailmasta sivistymättömälle kansalle, varsinkin naisille. Kirjat olivat myös kepeydessään tuhoamassa niitä lukevan kirjallista makua ja mahdollisuuksia saada lukukokemuksia hyvästä kirjallisuudesta.

Polvan kirjoihin kohdistunut kritiikki ja niiden kieltäminen kirjastoista olivat signaaleja siitä, että nämä kirjat olivat 2000-luvun silmälasein katsottuna selkeä brändi. Anni Polva -kirjoista oli tullut kaupallinen tuote, joka ehkä joidenkin silmissä häpäisi kansallisen kirjallisuuden ja toisten mielestä taas tyylittömyydessään ja kömpelöllä ilmaisullaan saattoivat lukeutua enemmän ajanvietetuotteeksi kuin kaunokirjallisuudeksi. Anni Polva rakensi brändiä tietoisesti ja tiedostamattaankin tasaisella tuotantotahdilla ja tarkkuudellaan tarinoiden sisällöstä. Jokaisen piti olla varma mitä saa, kun ostaa Polvaa.

Lähteet ja kirjallisuus

Arkistolähteet

Kansallisarkisto (KA)

Arvi A. Karisto Oy:n kirjallisen osaston arkisto: Kirjeenvaihto

Korkeimman hallinto-oikeuden arkisto: D Toisteet, Da Pääöstaltiot

Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran arkisto, kirjallisuuden ja kulttuurihistorian kokoelma (SKS, KIA)

Anni Polvan arkisto

A Biografica: Aa Todistukset, kunniakirjat ja jäsenkortit,
Ab Kustannussopimukset ja tekijänoikeudet, Ac Talousasiakirjat

C Käsikirjoitukset

Cb Aikuisten kirjallisuus

Cf Puheet

Cg Päiväkirjat ja muistokirjat

D Toiminta

F Painotuotteet

Kirjailijahaastattelut

Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 16.7.1972. Haastattelija Seijaliisa Honkanen.

Anni Polvan kirjailijahaastattelu 20.11.1981. Haastattelijat Tuula Pikkilä, Mari Maasilta ja Ulla Leppänen.

Anni Polvianderin kirjailijahaastattelut 1983–1984. Haastattelija Raija Majamaa.

Anni Polvianderin kirjailijahaastattelu 1986. Haastattelija Raija Majamaa.

Haastattelut ja kyselyt

Anneli Seppälän haastattelu Hämeenlinnassa 15.3.2018 (Tallenne Tarja Vikström)

Tiina Laaksosen (Karisto Oy) kokoama lista julkaistuista Tiina-kirjoista. Sähköpostiviesti Tiina Laaksoselta Tarja Vikströmille 19.2.2018 (Tallenne Tarja Vikström)

Painetut lähteet

Kaunokirjallisuus

- Polva, Anni (1973): *Anna suukko, kultaseni*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1970): *En rakastu kiusallakaan*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1960): *Et edes huomaa minua*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1957): *Etsin miestä itselleni*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1979): *Kelpaanko sinulle*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1959): *Kumman teistä otan*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1956): *Mieheni on uskonon*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1948): *Oletko sinäkin lemmensairas*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1963): *Päävoittona mies*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1945): *Rakasta minua hiukan*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1965): *Rakkaus ajaa ojaan*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1955): *Rakkaus rasittaa*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1961): *Rakkautta ja kaalintaimia*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1954): *Sinä olet minun*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1958): *Sinäkö se olitkin*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1947): *Tuletko aviomiehekseni*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1951): *Varo rakkautta*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1965): *Vihaan hameväkeä*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1962): *Voi noita miehiä*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.
- Polva, Anni (1967): *Älä leiki lemmellä*. Arvi A. Karisto Oy, Hämeenlinna.

Kirjallisuus

- Benson, (1938): *Trends in Consumer Advertising*. Julkaisussa *Journal of Marketing* 3/1938, 20–27.
- Eskola, Antti (1963): *Jäykkyys ja taidekäsitykset*. Yhteiskunnallisen Korkeakoulun Tutkimuslaitos, Tampere.
- Eskola, Katariina (1972): *Ei kirjaa ilman lukijaa. Raportti kirjallisuuden julkisesta ja yksityisestä vastaanotosta*. Tammi, Helsinki.
- Eskola, Katariina (1979): *Suomalaiset kirjanlukijoina*. Tammi, Helsinki.
- Hakulinen, Janne (1951): *Propagandan käsikirja*. Otava, Helsinki.
- Harva, Urpo (1954): *Järjestäytyneen työväen sivistysharrastukset*. Kulttuurisosiologinen tutkimus. Teoksessa *Työväen omaehtoinen sivistystyö* (1954). Tammi, Helsinki.

- Hollo, Juho August (1938): *Mainonnasta ja propagandasta*. Teoksessa *Mainonta ja propaganda*. Erva-Latvala Oy, Helsinki.
- Honkavuori Anna-Liisa ja Sabel Erkki (1952): *Taitoa ja tekniikkaa kirjakaupan myyntityöhön*. Otava, Helsinki.
- Kannila, Helle (1967): *Kirjavalinnan ongelmia. Ajatustenaiheita kirjastonhoitajille ja muille kirjojen ystäville*. Werner Söderström Oy, Helsinki.
- Kastemaa, Matti J. (1970): *Rautatiekirjakauppa Oy 1910-1970*. Rautatiekirjakauppa, Helsinki.
- Kulttuuritilasto. Tilastotietoja taiteesta, tiedonvälityksestä, vapaa-ajasta, urheilusta ja nuorisotoiminnasta vuosilta 1930–1977*. Tilastollisia tiedonantoja nro 60 /1978. Tilastokeskus, Helsinki.
- Lazarsfeld (1941): *Remarks on Administrative and Critical Communications Research. Studies in Philosophy and Social Science*, vol. 9, 1941.
- Lehtovaara, Arvo & Saarinen, Pirkko (1965): *Mitä nuoret lukevat*. Otava, Helsinki.
- Levy, Sidney (1959): *Symbols for sale*. Julkaisussa Harvard Business Review, 1959, vol 37(4).
- Mainonta ja propaganda* (1938): Erva-Latvala Oy, Helsinki.
- Nurminen, Anna-Marja (1969): *Harrastustutkimus 1969. Yleisradion PTS-tutkimuksia 9/1969*. Yleisradio, Helsinki.
- Nuotio, Samuli & Perälä, Keijo & Putkonen, Anneli & Gronow, Pekka (1974): *Lainakirja. Kirjastot, kirjallisuus ja yhteiskunta. Huutomerkki-sarja nro 74*. Tammi, Helsinki.
- Pennanen, Eila (1970): *Ajanvietekirjallisuus*. Teoksessa *Suomen kirjallisuus 8, kirjallisuuden lajeja*. Toimittaneet Natalia Baschmakoff, Jarl Hellemann, Sirkka Kurki-Suonio, Matti Kuusi, Hannu Launonen ja Pekka Tarkka. Otava, Helsinki.
- Qvist Martti (1960): *Lukemisharrastus. Helsingissä suoritettu haastattelututkimus*. Arvi A. Karisto osakeyhtiö, Hämeenlinna.
- Raula, Artturi (1954): *Mainonnan perusteet*. Otava, Helsinki.
- Reeves, Rosser (1963): *Mainonnan todellisuus*. WSOY, Helsinki.
- Rorty, James (1934): *Our Master's Voice Advertising*. The John Day Company, New York.
- Saari, A.J. (1957): *Propagandan perusteet*. Myynti- ja Mainoskoulun kirjasarja. Myynti- ja Mainoskoulu, Helsinki.
- Sinisalo, Uuno (1946): *Tampereen kauppaoppilaitos 1890 - 1945*. Tampereen kauppaoppilaitos, Tampere.
- Suomen tilastollinen vuosikirja, vuodet 1938–1976. Tilastollinen päätoimisto, Helsinki.
- Tarkka, Pekka (1966): *Paavo Rintalan saarna ja seurakunta*. Otava, Helsinki.
- Mainonta 1975* (1976): Markkinointi-instituutin Tietopalvelun moniste, Markkinointi-instituutti, Helsinki.

Utrio, Untamo (1948): *Kirjanmyynti osuusliikkeissä, neuvoja osuustoiminnallisten kirjamyymälöiden toimihenkilöille*. Tammi, Helsinki.

Utrio, Untamo (1968): *Kauppatavarana sivistys. Pohdintaa ja mielipiteitä kirjojen myynnistä*. Tammi.

Lehdet

Aika 1970–1971

Arvi A. Karisto Oy:n uutuuksia 1945–1958

Arvosteleva kirjaluetelo 1945–1974

Helsingin Sanomat 1953–1954, 1967–1974, 2017

Karisto tiedottaa 1971–1973

Kariston kuulumisia 1959–1973

Kirjastolehti 1960–1972

Kotiliesi 1952

Mainostaja 1939–1972

Markkinointi ja Mainonta 2017

Me Naiset 1967

Myyjä ja myymälä 1943–1960

Parnasso 1965, 1966, 1967

Pohjoinen 1965, 1966, 1968

R-uutiset 1968

Suomen Kirjakauppalehti 1949–1970

Suomen Sosialidemokraatti 1967

Uusi Suomi 1967

Uusimaa 1946

Valvoja-Aika 1925

Yhteishyvä 1975

Lyhytelokuvat ja videot

R - mikä se on? Suomi-Filmi Oy, 1962. Elonet, Suomen kansallisfilmografia, <http://www.elonet.fi/fi/elokuva/133496> (katsottu 11.5.2018).

Kurt Vonnegut on the shapes of stories. Vimeo-verkkosivusto, <https://vimeo.com/53286941> (katsottu 15.4.2018).

Tilastot

Suomen tilastollinen vuosikirja 1938–1976

Suomen virallinen tilasto (SVT): Kuluttajahintaindeksi, Rahanarvonkerroin 1860–2016. URL: http://www.stat.fi/til/khi/2016/khi_2016_2017-01-13_tau_001.html

Tutkimuskirjallisuus

Aaker David A. & Joachimsthaler Erich (2000): *Brand Leadership*. The Free Press, New York.

Aapala, Kirsti: *Mainos*. Kotimaisten kielten keskus, verkkosivut [27.7.2017] https://www.kotus.fi/nyt/kysymyksiä_ja_vastauksia/sanojen_alkuperasta/mainos

Ahola, Suvi (2017): *Polva, Anni*. Kansallisbiografia-verkkojulkaisu. Studia Biographica 4. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

Airaksinen, Juhani (1996): *Helenoitten Helena. Aino Räsäsen elämäkerta*. Karisto, Hämeenlinna.

Alasuutari, Pertti (1996): *Toinen tasavalta. Suomi 1946–1994*. Vastapaino, Tampere.

Arminen, Elina (2018): *Jussi Siirilän Historia on minut vapauttava ja satiirin vaikuttamiskeinot 2000-luvun kulttuurikapitalismissa*. Teoksessa *Kirjallisuus nykykapitalismissa. Suomalaisen kirjallisuuden ja kulttuurin näkökulmia*. Toimittaneet Jussi Ojajärvi, Erkki Sevänen ja Liisa Steinby. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 1444. Helsinki.

Bloom, Clive (2002): *Bestsellers - popular fiction since 1900*. Palgrave Macmillan, Lontoo.

Bourdieu, Pierre (1977): *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge University Press, Cambridge.

Bourdieu, Pierre (1990): *The Logic of Practice*. Polity, Cambridge.

Bourdieu, Pierre (1993): *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Polity, Cambridge.

Brown Erica & Grover Mary (toim.) (2011): *Middlebrow literary cultures. The battle of the brows, 1920-1960*. Palgrave Macmillan, Lontoo.

Clark, Gregory (2008): *A Farewell to Alms: A Brief Economic History of the World*. Princeton University Press, Princeton.

Davidoff Leonore & Hall Catherine (2002): *Family Fortunes: Men and women of the English middle class 1780 – 1850*. Routledge, London.

- Druce, Robert (1988): *This day our daily fictions. A comparative study of the writings of Enid Blyton and Ian Fleming*. Eburon, Holland.
- Ehland Christoph & Wächter Cornelia (toim.) (2016): *Middlebrow and Gender, 1890-1945*. Brill Rodopi, Leiden.
- Ekholm, Kai & Repo, Yrjö (2010): *Kirja tienhaarassa vuonna 2020*. Gaudeamus, Helsinki.
- Ekqvist, Kristiina (2011): *Kasvatuksen haasteena demokratia – Friedrich Wilhelm Foersterin kansalaiskasvatus ennen ensimmäistä maailmansotaa*. Julkaisussa *Kasvatus & Aika* 5 (1) 2011, 19–37.
- Enwald, Liisa (1999): *Naiskirjallisuus*. Teoksessa *Suomen kirjallisuushistoria 3: Rintamakirjeistä tietoverkkoihin*. Toimittanut Pertti Lassila. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Erola Jani, Wilska Terhi-Anna & Ruonavaara Hannu (2004): *Johdanto*. Teoksessa *Yhteiskunnan moottori vai kivireki? Suuret ikäluokat ja 1960-lukulaisuus*. Toimittaneet Jani Erola ja Terhi-Anna Wilska. Minerva, Jyväskylä.
- Fellman, Susanna & Leino-Kaukiainen, Pirkko (2006): *Business or Culture? Family Firms in the Finnish Media Business in the 20th Century*. Julkaisussa *Scandinavian Economic History Review*, 54:3, 244–272.
- Fowler, Bridget (1991): *The Alienated Reader. Women and Romantic Literature in the Twentieth Century*. Harvester Wheatsheaf, Hertfordshire.
- Giddens, Anthony (1995): *The Transformation of Intimacy. Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Stanford University Press, Stanford.
- Gilbert Sandra & Gubar Susan (2000): *The Madwoman in the Attic: The Woman Writer and the Nineteenth-Century Literary Imagination*. Nota Bene, Yale University Press, New Haven.
- Glitre, Kathrina (2006): *Hollywood Romantic Comedy: States of the Union, 1934-65*. Manchester University Press, Manchester.
- Grossmann, Atina (1986): *Girlkultur or thoroughly rationalized female. A New Woman in Weimar Germany?* Teoksessa Friedlander et al. *Women in Culture and Politics. A Century of Change*. Indiana University Press, Bloomington.
- Grossmann, Atina (1995): *Reforming Sex. The German Movement for Birth Control and Abortion Reform, 1920-1950*. Oxford University Press, New York.
- Haavisto, Jukka (1990): *Aikuiset opintiellä. Myynti- ja Mainoskoulu, Markkinointi-instituutti 1930-1990*. Markkinointi-instituutin kannatusyhdistys ry, Helsinki.
- Haavisto, Maija (1988): *Populaarikulttuuri ja yleiset kirjastot. Kirjastolehden populaarikulttuurikirjoittelu vuosina 1945–1985*. Tampereen Yliopiston kirjastotieteen ja informatiikan laitoksen tutkimuksia. Tampereen yliopisto, Tampere.
- Heikkilä-Halttunen, Päivi (2000): *Kuokkavieraasta oman talon haltijaksi. Suomalaisen lasten- ja nuortenkirjallisuuden institutionalisoituminen ja kanonisoituminen 1940–50-luvulla*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

- Heinonen, Visa (2007): *Mainonnan sääntely Suomessa*. Teoksessa *Vaikuttamista ja valintoja. Monitieteisiä näkökulmia mainontaan ja kulutukseen*. Toimittaneet Visa Heinonen ja Jukka Kortti. Gaudeamus, Helsinki.
- Heinonen Visa & Konttinen Hannu (2001): *Nyt uutta Suomessa! Suomalaisen mainonnan historia*. Mainostajien liitto, Helsinki.
- Heiskanen, Riitta (1996): *Ihmiskuva 1950-luvun suomalaisissa julisteissa. Tiedettä naista syyleivästä miehestä. Kulutusosuuskuntien keskusliiton kokoelmat 1949-1957*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Helleman, Jarl (2002): *Kirjalliset liikemiehet. Kustantajakuvia*. Otava, Helsinki
- Helleman Jarl, Manninen Kerttu ja Utrio Untamo (1968): *Tammen neljännesvuosisata. Toiminta ja tuotanto 1943–1967*. Tammi, Helsinki.
- Hemming, Marjatta (2010): *Kadonnutta aikaa etsimässä*. Teoksessa *1970-luku suomalaisessa kirjallisuudessa: poliittisen vuosikymmenen ilmiöitä*, Toimittanut Kaisa Hypén. Avain, Helsinki.
- Holmes, Diana (2006): *Romance and Readership in Twentieth-Century France - Love Stories*. OUP Oxford.
- Holt Douglas & Cameron Douglas (2010): *Cultural Strategy. Using Innovative Ideologies to Build Breakthrough Brands*. Oxford University Press, New York.
- Holt, Douglas B. (2004): *How Brands Become Icons. The Principles of Cultural Branding*. Harvard Business School Press, Boston.
- Homans, Margaret (1993): *Dinah's Blush, Maggie's Arm: Class, Gender and Sexuality in George Eliot's Early Novels*. Julkaisussa *Victorian Studies* 2/1993, vol. 36.
- Horowitz, Daniel (2012): *Consuming pleasures: intellectuals and popular culture in the postwar world*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Huokuna Tiina (2006): *Vallankumous kotona! Arkielämän visuaalinen murros 1960-70-lukujen vaihteessa*. Yliopistopaino, Helsinki.
- Hurri, Merja (1993): *Kulttuuriosasto. Symboliset taistelut, sukupolvikonflikti ja sananvapaus viiden pääkaupunkilehden kulttuuritoimituksissa 1945-80*. Tampereen yliopisto, Tampere.
- Häggman, Kai (2012): *Kulttuuria ja kauppatavaraa. Kustannusalan rakennemuutoksia 1800-luvulta 2000-luvulle*. Teoksessa *Kansallinen kapitalismi ja kansainvälinen talous*. Toimittanut Niklas Jensen-Eriksen, Mirkka Lappalainen, Jouko Nurmiainen ja Sakari Siltala. Siltala, Helsinki.
- Häggman, Kai (2003): *Avarammille aloille, väljemmille vesille. Werner Söderström Osakeyhtiö 1940 - 2003*. WSOY, Helsinki.
- Häggman, Kai (2008): *Paras tavara maailmassa. Suomalainen kustannustoiminta 1800-luvulta 2000-luvulle*. Otava, Helsinki.
- Häggman, Kai (2017): *Kivelle perustettu. Suomen Kirjailijaliitto 1897-2017*. Kustannusosakeyhtiö Otava, Helsinki.
- Jaatinen, Satu (2004): *Kortilla korviketta: Säännöstelyä ja selviytymistä pula-ajan Suomessa*. Multikustannus, Helsinki.

- Jalava, Aulin-Ahmavaara & Alanen (2007): *Intangible capital in the Finnish business sector 1975–2000*. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos, keskustelunaiheita - Discussion papers no. 1103. ETLA, Helsinki.
- Jallinoja, Riitta (2000): *Perheen aika*. Otava, Helsinki.
- Jallinoja, Riitta (2017): *Families, Status and Dynasties: 1600-2000*. Palgrave Macmillan, Lontoo.
- Jensen-Eriksen, Niklas (2012): *Luuserimarkka: Itsenäisen Suomen kansallisen valuutan epäkunniakas historia*. Teoksessa *Kansallinen kapitalismi, kansainvälinen talous*, toim. Niklas Jensen-Eriksen, Mirkka Lappalainen, Jouko Nurmiainen ja Sakari Siltala. Siltala, Helsinki.
- Johnson, Randal (1993): *Editor's introduction. Pierre Bourdieu on Art, Literature and Culture*. Teoksessa *The Field of Cultural Production*, Pierre Bourdieu. Polity. Cambridge.
- Jones, Christopher (2005): *More than skin deep? Ideals of beauty in the romance novels of Hedwig Courths-Mahler*. Teoksessa *Körper in Kunst und Massenmedien 1918 bis 1933*. Toimittaneet Michael Cowan & Kai Marcel Sicks. Bielefeld transcript Verlag, Bielefeld.
- Jonvik, Merete (2017): *Diskusjonar om Distinksjonen, og distinksjonar i diskusjonen*. Julkaisussa *Tidsskrift for samfunnsforskning* 2/2017.
- Järvelin, Ilmi (1992): *Neuvonnasta neuvontaan. Kirjastontarkastuksen historia 1800-luvun lopulta 1990-luvulle*. Licensiaattitutkimus, Tampereen Yliopisto. Tampere.
- Kapferer, Jean-Noël (2008): *The New Strategic Brand Management. Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. Kogan Page, UK.
- Karhu, Tuomo (2005): *Painosten kuningatar loi tuotantonsa arjen keskellä*. Turun Sanomat 6.5.2005. [20.5.2018]
<http://www.ts.fi/aihe/1074042399/19451955++Painosten+kuningatar+loi+tuotantonsa+arjen+keskella>
- Karjalainen, Tuula (1993): *Ikuinen sunnuntai. Martta Wendelinin kuvien maailma*. WSOY, Helsinki.
- Karkulehto, Sanna & Leppihalme, Ilmari (2018): *Työtä töiden joukossa? Seksuaalisuus, kaupallisuus ja toimeentulon pakko kotimaisessa nykykirjallisuudessa*. Teoksessa *Kirjallisuus nykykapitalismissa. Suomalaisen kirjallisuuden ja kulttuurin näkökulmia*. Toimittaneet Jussi Ojajärvi, Erkki Sevänen ja Liisa Steinby. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 1444. Helsinki.
- Karvonen, Erkki (2014): *Savitauluista sosiaaliseen mediaan. Viestinnän ja median yleinen kehityshistoria*. Teoksessa *Kirja muuttuvassa tietoympäristössä*. Toimittaneet Tommi Inkinen, Markku Löytönen ja Anne Rutanen. ISBN 978-952-67356-4-1 (PDF). Suomen Tietokirjailijat ry., Helsinki.
- Kavonius, Ilja Kristian (2011): *Makro- ja mikrotaloudellinen tarkastelu suomalaisten kotitalouksien säästämisestä ja sen mittaamisesta 1950-luvulla*. Tilastokeskus. Tutkimuksia 256.
- Keller, Kevin Lane (2013): *The Strategic Brand Management. Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Global Edition*. Pearson Education Limited, England.

- Kivilaakso Katri & Ratinen Suvi (2010): *Tekijän ääni. Kirjailijahaastattelut arkistoissa ja tutkimuksessa*. Teoksessa *Lukemattomat sivut. Kirjallisuuden arkistot käytössä*. Toimittaneet Elsi Hyttinen ja Katri Kivilaakso. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Klintrup, Petra (2011): *Kaksi tähteä – komeetta ja tähdenlento. Suomalaisen naistenviihteen asemointia – esimerkkeinä Hilja Valtonen ja Aino Räsänen*. Oulun yliopisto. Acta Univ. Oul. B96, 2011. Oulu.
- Knuuttila, Maarit (2013): *Kun äiti jääkaapin osti*. Teoksessa *Onnen aika? Valoja ja varjoja 1950-luvulla*. Toimittaneet Kirsi-Maria Hytönen ja Keijo Rantanen. Atena, Jyväskylä.
- Kortteinen, Matti (1982): *Lähiö. Tutkimus elämäntapojen muutoksesta*. Otava, Helsinki.
- Koskinen-Koivisto Eerika ja Marander- Eklund Lena (2013): *Kotirouva - rankka ja vastuullinen ammatti*. Teoksessa *Onnen aika? Valoja ja varjoja 1950-luvulla*. Toimittaneet Kirsi-Maria Hytönen ja Keijo Rantanen. Atena, Jyväskylä.
- Kuusinen, Iiris (2008): *Naisen yksilöityminen suomalaisessa kirjallisuudessa 1950-luvulta lähtien*. Acta Universitatis Tamperensis 1343. Tampere.
- Kytönen, Tarja (1998): *Miss Moderni. Naiskuva Hilja Valtosen romaaneissa 1920- ja 1930-luvulla*. Pro gradu, e-thesis-palvelu, Helsingin yliopisto.
- Lassila, Pertti (1999): *Kirjallisuus sodassa ja kulttuuritaistelussa*. Teoksessa *Suomen kirjallisuushistoria 3 - Rintamakirjeistä tietoverkkoihin*. Toimittanut Pertti Lassila. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Lassila, Pertti (1990): *Otavan historia. Kolmas osa 1941 - 1975*. Otava, Helsinki.
- Leppänen, Timo (2016): *Merkilliset nimet. Tarinoita yritysten ja tuotteiden nimistä*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Lindholm, Charles (2006): *Romantic, popular fiction since 1900*. Etnofsmills, 1. *Romantic love and anthropology*. Julkaisussa Etnofoor 1/2006.
- Lotti, Leila (2006): *Suomen Gallupista, päivää! Suomalaisten arkea 60 vuotta*. TNS Gallup, Helsinki.
- Low George S. and Fullerton Ronald A. (1994): *Brands, Brand Management, and the Brand Manager System: A Critical-Historical Evaluation*. *Journal of Marketing Research* vol. 31, may 1994.
- Lähteenmäki, Maria (2000): *Vuosisadan naisliike. Naiset ja sosialidemokratia 1900-luvun Suomessa*. Sosialidemokraattiset Naiset – Socialdemokratiska Kvinnor, Helsinki.
- Löfgren, Orvar & Ehn, Billy (2010): *The Secret World of Doing Nothing*. University of California Press, Berkeley.
- Mandal, Anthony (2007): *Jane, popular fiction since 1900*. Palgrsmills, Macmillan...*Jane Austen and the Popular Novel*. Palgrave Macmillan, Lontoo.
- Marander-Eklund, Lena (2014): *Att vara hemma och fru. En studie av kvinnligt liv i 1950-talets Finland*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Melman, Billie (1988): *Women and the popular imagination in the twenties – flappers and nymphs*. St. Martin's Press, New York.

- Merz Michael A., He Yi, Vargo Stephen L. (2009): *The evolving brand logic: a service-dominant logic perspective*. *Journal of the Academy of Marketing Science* (2009) 37:328–344.
- Mikkola, Kaisa (2010): *Parasta siinä oli alku ja se että se loppui: pohjoissuomalaisen kulttuuritoimittajan 70-luku*. Teoksessa *1970-luku suomalaisessa kirjallisuudessa: poliittisen vuosikymmenen ilmiöitä*. Toimittanut Kaisa Hypén. Avain, Helsinki.
- Modleski, Tania (1982): *Loving with a Vengeance. Mass-Produced Fantasies for Women*. Methuen, New York.
- Moore, Grace (2012): *The Victorian Novel in Context*. Continuum, Lontoo.
- Muiluvuori, Jukka: *Kannila, Helle*. Kansallisbiografia-verkkojulkaisu [10.3.2018] URN: NBN:fi-fe20051410. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Mäkelä, Johanna (1994): *Pierre Bourdieu - Erottautumisen teoreetikko*. Teoksessa *Sosiologisen teorian nykysuuntauksia*. Toimittanut Risto Heiskala. Gaudeamus, Tampere.
- Mäkinen, Ilkka (2009): *Suomen yleisten kirjastojen historia*. BTJ, Helsinki.
- Nevala-Nurmi, Seija-Leena (2013): *Traktoreita ja lypsykoneita*. Teoksessa *Onnen aika*. Toimittaneet Kirsi-Maria Hytönen ja Keijo Rantanen. Atena, Jyväskylä.
- Nickel, Terri (1993): *Pamela as Fetish: Masculine Anxiety in Henry Fielding's Shamela and James Parry's The True Anti-Pamela*. *Studies in Eighteenth-Century Culture*, Volume 22, 1993, pp. 37-49. Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Niemi, Juhani (2000): *100 vuotta ja 10000 teosta. Kariston kustannusliikkeen vaiheita*. Karisto, Hämeenlinna.
- Niemi, Juhani (2008): *Kisällistä kauppaneuvokseksi – Kustantaja Arvi A. Kariston elämäkerta*. Karisto, Hämeenlinna.
- Niemi, Juhani (1984): *Populaarikirjallisuus Suomessa: huokean viihdekirjallisuuden osakulttuurin erittelyä*. Taskutieto 125. WSOY, Helsinki.
- Niemi, Juhani (1997): *Suomalaisten suosikkikirjat*. Karisto, Hämeenlinna.
- Nieminen, Armas (1993): *Suomalaisen aviorakkauden ja seksuaalisuuden historia. Avioliitto- ja seksuaalikeskeytyksiä suomalaisen hengenelämän ja yhteiskunnan murroksessa sääty-yhteiskunnan ajoilta nykypäivään*. Väestöntutkimuslaitoksen julkaisusarja D, nro 27/1993. Väestöntutkimuslaitos, Helsinki.
- Nilson, Maria (2015): *Kärlek, passion & begär - om romance*. BTJ Förlag, Lund.
- Niskanen, Riitta (1996): *Ihmiskuva 1950-luvun suomalaisissa julisteissa. Tiedettä naista syleilevästä miehestä. Kulutusosuuskuntien keskusliiton kokoelmat 1949-1957*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Nummi, Jyrki: *Linna, Väinö*. Kansallisbiografia-verkkojulkaisu. *Studia Biographica* 4. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Ojajärvi, Jussi & Sevänen, Erkki & Steinby, Liisa (2018): *Kapitalismi ja sen tutkiminen suomalaisen kirjallisuuden näkökulmasta*. Teoksessa *Kirjallisuus nykykapitalismissa. Suomalaisen kirjallisuuden ja kulttuurin näkökulmia*. Toimittaneet Jussi Ojajärvi, Erkki Sevänen ja Liisa Steinby. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 1444. Helsinki.

- Ollila, Anne (1993): *Suomen kotien päivä valkenee. Marttajärjestö suomalaisessa yhteiskunnassa vuoteen 1939*. Suomen Historiallinen seura, Helsinki.
- Pikkanen, Ilona (2011): *CASTING THE IDEAL PAST. A Narratological Close Reading of Eliel Aspelin-Haapkylä's History of the Finnish Theatre Company (1906–1910)*. Väitöskirja (sähköinen julkaisu). Tampereen yliopisto. Tampere.
- Polva, Anni (1987): *Hyvästi lapsuus*. Karisto, Hämeenlinna.
- Poovey, Mary (1988): *Uneven developments. The ideological work of gender in mid-Victorian England*. University of Chicago Press, Chicago.
- Poroila, Heikki (2007): *Luurangot portinvartijan kaapissa*. BTJ Kustannus, Helsinki.
- Pouly, Marie-Pierre (2016): *Playing both Sides of the Field: The Anatomy of a "Quality" Bestseller*. Julkaisussa *Poetics* 12/2016, vol 59, 20–34.
- Purhonen, Semi & Roos, J.P. toim. (2006): *Bourdieu ja minä. Näkökulmia Pierre Bourdieun sosiologiaan*. Vastapaino, Tampere.
- Pursiainen, Anna-Liisa (2010): *Brändit kustannustoiminnassa*. Opinnäytetyö, Liiketalouden koulutusohjelma: Laurea-ammattikorkeakoulu, Leppävaara.
- Pöysä, Jyrki (2010): *Lähiluku vaeltavana käsitteenä ja tieteidenvälisenä metodina*. Teoksessa *Vaeltavat metodit*. Toimittaneet Jyrki Pöysä, Helmi Järviluoma ja Sinikka Vakimo. Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura. Joensuu.
- Pöysä, Jyrki (2015): *Lähiluvun tieto. Näkökulmia muistelukerronnan tutkimukseen*. Kultaneito XVIII. Suomen Kansantietouden Tutkijain seura. Joensuu.
- Radway, Janice A. (1987): *Reading the romance: women, patriarchy, and popular literature*. Verso, Lontoo.
- Railo & Oinonen, toim. (2012): *Media, popular fiction since 1900*. Turun historiallinen yhdistys ry, Turku.
- Rautiainen, Tarja (2001): *Pop, protesti, laulu: korkean ja matalan murroksia 1960-luvun suomalaisessa populaarimusiikissa*. Tampere University Press, Tampere.
- Rautiainen, Tarja (2003): *Valistus ja kansalliset arvot*. Teoksessa *Arkinen kumous. Suomalaisen 60-luvun toinen kuva*. Toimittaneet Matti Peltonen, Vesa Kurkela ja Visa Heinonen. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- Ray, Sheila G. Bannister (1982): *The Blyton phenomenon. The controversy surrounding the world's most successful children's writer*. Andre Deutsch, Lontoo.
- Reenpää Heikki (2003): *Kirjakauppa ja kirjankustannustoiminta Suomessa 1680 - 1980*. Teoksessa *Kirjakaupan vuosisata*. Kirjakauppaliitto ry, Helsinki.
- Regis, Meta (2013): *Daydreams and the Function of Fantasy*. Palgrave Macmillan, Lontoo.
- Regis, Pamela (2003): *A natural history of the romance novel*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Rentola, Kimmo (1994): *Todellisuuksien yhteentörmäys tutkimuksen kohteena*. Teoksessa *60-luku: seminaarien aineistot 20.3.93 ja 17.4.93 pidetyistä seminaareista Kirjan talolla Helsingissä*. Kansan Sivistystyön Liitto, Helsinki.

Rikas tyttö. Suomen kansallisfilmografia, Elonet-verkkosivusto, [20.5.2018]
<https://elonet.fi/fi/elokuva/119541>

Rindell, Anne (2008): *What do brands mean to us? A short introduction to brand research within Consumer Culture Theory*. New Approaches in business studies 1/2008. Haaga-Helia University of Applied Sciences, Helsinki.

Roos, J. P. (2013): *Taistelusta yhteistoimintaan. Pierre Bourdieu hyvinvointivaltion puolustajana*. Teoksessa *Hyvinvointivaltion moderneja klassikoita*. Toimittaneet Juhon Saari, Sakari Taipale ja Sakari Kainulainen. Sosiaalipoliittinen yhdistys; Diakonia-ammattikorkeakoulu, Helsinki.

Ruohonen, Voitto (1988): *Elämäntapa ja kirjallisuudentutkimus. Esittelyä, arviointia ja suuntaviivoja*. Teoksessa *Kirjallisuus yhteiskunnassa, yhteiskunta kirjallisuudessa. Tutkimuksia kirjallisuuden sosiologiasta ja sosiaalihistoriasta*. Toimittaneet Erkki Sevänen ja Raisa Simola. Kirjallisuuden ja kulttuurin tutkimuksia. Humanistinen tiedekunta, Joensuun yliopisto, Joensuu.

Saariluoma, Liisa (1999): *Modernin minän synty 1700-luvun romaanissa. valistuksesta Wilhelm Meisteriin*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.

Santonen, Pirjo (2003): *Liike-elämää ja kulttuurityötä*. Teoksessa *Kirjakaupan vuosisata*. Kirjakauppaliitto ry, Helsinki.

Sarjala, Jukka (2006): *Kuinka ylellisyystavarasta tuli kertakäyttökamaa*. Teoksessa *Kirja kotona*. Toimittaneet Marianne Aalto, Leena Aaltonen ja Jonimatti Joutsijärvi. Suomen kirjainstituutti, Vammala.

Sarje, Aino (2010): *Naisvoimisteluskupolvien ihanteet aikansa kasvatuskulttuurin heijastumina*. Julkaisussa *Kasvatus & Aika* 4 (2) 2010, 83–98.

Seddon, Joanna (2013): *The Brand in the Boardroom: Making the case for investment in brand*. Ogilvy & Mather, New York.

Sevänen, Erkki & Simola Raisa (toim.) (1988): *Kirjallisuus yhteiskunnassa, yhteiskunta kirjallisuudessa: tutkimuksia kirjallisuuden sosiologiasta ja sosiaalihistoriasta*. Joensuun yliopisto. Humanistinen tiedekunta. Kirjallisuuden ja kulttuurin tutkimuksia; n:o 3, Joensuu.

Siltala Juha (2017): *Keskiluokan nousu, lasku ja pelot*. Otava, Helsinki.

Siltalan pehtoori. Suomen kansallisfilmografia, Elonet-verkkosivusto [20.5.2018]
<https://elonet.fi/fi/elokuva/117687>

Sjöblom, Simo (1999): *Anni Polva -bibliografia 1945-1999*. Seaflower, Helsinki.

Skurnik, Samuli (2005): *Suomalaisen talousmallin murros: suljetusta sääntelytaloudesta kaksinapaiseen globaalitalouteen*. Väitöskirja. Aalto, Helsinki.

Stockmann Doris, Niklas Bengtsson ja Yrjö Repo (2005): *Kirja Suomessa. Tekijöistä lukijaan - kirja-alan tukitoimet ja kehittäminen*. Opetusministeriön kulttuuripolitiikan osaston julkaisusarja 1/2000. Helsinki. Opetusministeriö. Päivitetty 2005. Verkköjulkaisu [15.7.2013]

http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2000/liitteet/opm1_syksy2005_v3.pdf?lang=fi

Stoney, Barbara (2008): *Enid Blyton: elämäkerta*. Ajatus Kirjat.

- Suomi lukee – ja ostaa kirjoja (2013). Verkkojulkaisu [10.5.2018]
https://kirjakauppaliitto.fi/wp-content/uploads/2017/12/Suomi-lukee_20140526.pdf
 Kirjakauppaliitto ja Suomen Kustannusyhdistys.
- Tadajewski, Mark (2010): *Towards a history of critical marketing studies*. Julkaisussa *Journal of Marketing Management*, Vol. 26, Nos. 9–10, August 2010, 773–824.
- Thompson, John B. (2010): *Merchants of culture: the publishing business in the twenty-first century*. Polity, Cambridge.
- Mäkinen, Ilkka (2009): *Suomen yleisten kirjastojen historia*. BTJ Kustannus, Helsinki.
- Tuomi, Pirjo (2017): *Kaunokirjallisuus suomalaiselle yleiselle kirjastolle haasteena, rasitteena ja mahdollisuutena*. Oulun yliopisto, väitöskirja.
- Uljas, Päivi (2008): *Kun Suomi punastui: talonpoikaisesta yhteiskunnasta hyvinvointivaltioksi*. Kansan Sivistystyön Liitto KSL, Helsinki.
- Vargo Stephen L. & Lusch Robert F. (2004): *Evolving to a New Dominant Logic for Marketing*. *Journal of Marketing*, Vol 68 (January 2004), 117.
- Williams, Andy (2010): *Advertising and Fiction in the Pickwick Papers*. Julkaisussa *Victorian Literature and Culture*. 9/2010, vol 38.
- von Hertzen, Pirjo (2012): *Kangerrellen kohti integroitua markkinointiviestintää*. Teoksessa *Vuosisata suhdetoimintaa. Yhteisöviestinnän historia Suomessa*. Toimittaneet Pirjo von Hertzen, Elina Melgin ja Leif Åberg. Otava, Helsinki.
- Vuorenrinne, Outi (2015): *Nutturat löystymässä. Kirjavalinnan liberalisoituminen Suomen yleisissä kirjastoissa 1960- ja 1970-luvuilla*. Väitöskirja. Tampereen yliopisto, Tampere.
- Öhman, Anders (2002): *Populärlitteratur: de populära genrernas estetik och historia*. Studentlitteratur, Lund.
- Wilkie William L. & Moore Elizabeth S. (2012): *Expanding our understanding of marketing in society*. *Journal of Academic Marketing Science* (2012).

Luettelo kuvista, kuvioista ja taulukoista

KUVAT

Kuva 1	Suomen Kuvalehdessä 24.3.1928 julkaistu artikkeli nimikilpailun ratkaisusta	s. 51
Kuvat 2–19	Anni Polva -kirjojen kansia vuosilta 1950–1975	s. 88–89
Kuva 20	Anni Polva -romaanin esittely Kariston markkinointilehdessä vuonna 1951	s. 98
Kuva 21	Taskukirjoja vuonna 1962	s. 98
Kuva 22	Polvan miljoonaa kirjaa juhlistettiin kansikuvissa vuonna 1970	s. 98
Kuva 23	Anni Heinonen 16-vuotiaana, vuonna 1931	s.112
Kuva 24	Anni Polviander 25-vuotiaana, vuonna 1940	s.112
Kuva 25	Anni Polva kirjoituskoneen äärellä 1940-luvulla	s. 130
Kuva 26	Ote Anni Polvan käsikirjoituksesta teokseen <i>Kumman teistä otan</i>	s. 148
Kuva 27	Ote Anni Polvan käsikirjoitusvihosta teokselle <i>Vihaan hameväkeä</i>	s. 148
Kuva 28	Anni Polvan etukäteen kirjaamia vastauksia mahdollisiin yleisökysymyksiin	s. 238

KUVIOT

Kuvio 1	Tutkimuksen teoreettinen viitekehys	s. 4
Kuvio 2	Anni Polvianderin viihdekirjojen painosten kappalemäärät (uudet teokset ja uusintajulkaisut) vuosittain 1945–1983	s. 18
Kuvio 3	Suomessa julkaistu suomenkielinen kaunokirjallisuus 1938–1976	s. 124
Kuvio 4	Suomessa julkaistu suomenkielinen kaunokirjallisuus 1938–1976, kotimainen ja käännöskirjallisuus eroteltuna	s. 124

TAULUKOT

Taulukko 1	Romanttisen ajanvietteen arviot <i>Arvosteleva kirjaluettelo</i> - julkaisussa 1945–1974	s. 40
------------	--	-------